

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Bakalářská práce

**Vyhodnocení služeb v cestovním ruchu ve vybrané
destinaci České republiky**

Jana Pačesová

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jana Pačesová

Podnikání a administrativa

Název práce

Vyhodnocení služeb v cestovním ruchu ve vybrané destinaci České republiky

Název anglicky

Assessment of Services in Tourism at the Czech Republic Selected Destination

Cíle práce

Cílem práce bude prověření nabídky služeb v rámci cestovního ruchu ve vybrané destinaci (Krkonoše). Smyslem práce bude vyhodnocení účinnosti jednotlivých služeb na klienty a nové zákazníky s cílem navrhnout inovační řešení. Přínosem práce bude inovativní model týkající se zlepšení úrovně zkoumaných služeb v rámci cestovního ruchu ve vybrané destinaci.

Metodika

Hlavním metodickým rámcem při řešení zadané problematiky bude analýza současného stavu služeb vybrané destinace v rámci podpory cestovního ruchu. Vybraná destinace patří do Libereckého a Hradeckého kraje a konkrétně se týká Krkonoš. Analýza bude zpracována deskriptivní metodou a vyhodnocena metodami komparativními a jednoduchými statistickými metrikami. Teoretická část bude věnována analýze podmínek a příležitostí cestovního ruchu ve vybrané lokalitě z pohledu zhodnocení její atraktivity. Dále bude prověřen potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v dotčené oblasti, především dosavadní vybavenost nabízenými službami (porovnání zima, léto). Praktická část bude zaměřena na prozkoumání synergie nosných ekonomických odvětví s ekonomickým růstem vybrané destinace zasahující do dvou krajů: Libereckého a Hradeckého, a který bude zachycen ve vybraných ukazatelích cestovního ruchu (např. příjmy z cestovního ruchu, vývoj počtu hostů, návštěvnost, délka jejich pobytu, počty nerezidentních hostů, podíl cestovního ruchu na HDP apod.). Závěr práce bude věnován vhodným příležitostem financování cestovního ruchu ve zkoumané destinaci, od čehož se podstatně odvíjí problematika návrhu možností zkvalitňování služeb. Metody, které se při zpracování zadaného tématu použijí, budou: analýza, syntéza, deskripce, komparace, dedukce, dotazníkové šetření a rozhovory s vybranými představiteli cestovního ruchu v obou krajích.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, vnitřní obchod, zákazník, služby, kvalita, destinace

Doporučené zdroje informací

- ANTOUŠKOVÁ, M. – HOMOLKA, J. *Cestovní ruch jako faktor rozvoje regionu*. Disertační práce. Praha: 2009.
- FORETOVÁ, V. – FORET, M. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-.
- HÁJEK, T. – HRABÁNKOVÁ, M. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2002. ISBN 80-7040-580-5.
- HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 2001. ISBN 80-85970-36-8.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu : jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- MIRVALD, S. *Geografie cestovního ruchu*. Plzeň: Západočeská univerzita, Pedagogická fakulta, 1996. ISBN 80-7082-288-0.
- PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1014-5.
- PETRŮ, Z. – INDROVÁ, J. – HOUŠKA, P. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2011. ISBN 978-80-245-1766-7.
- SLÁMOVÁ, D. – MORRISON, A M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2.
- ŠAUER, M. – VYSTOUPIL, J. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Aleš Hes, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 6. 3. 2018

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 8. 3. 2018

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 10. 03. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "*Vyhodnocení služeb v cestovním ruchu ve vybrané destinaci České republiky*" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. března 2018

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Aleši Hesovi, CSc. za pomoc, konkrétně za předané zkušenosti a cenné rady při tvorbě mé bakalářské práce a za drahý čas a trpělivost, které mi věnoval.

Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří vyplnili dotazník důležitý pro tvorbu této práce.

Vyhodnocení služeb v cestovním ruchu ve vybrané destinaci České republiky

Abstrakt

Tato práce má za úkol prozkoumat a prověřit nabídku služeb v odvětví cestovního ruchu ve vybrané destinaci (Krkonoše). Důležitým smyslem práce je zhodnocení služeb a toho jak působí tato nabídka služeb na stávající a nové klienty cestovního ruchu v dané destinaci. Hlavním metodickým rámcem je analýza služeb v dané destinaci. Analýza je zpracována deskriptivní metodou a vyhodnocena komparativními metodami a jednoduchými statistickými metrikami. Teoretická část je zaměřena na prozkoumání synergie nosných ekonomických odvětví s ekonomickým růstem vybrané destinace zasahující do krajů Libereckého a Královéhradeckého a bude zachycen v základních vybraných ukazatelích cestovního ruchu. Cílem práce bude navrhnout inovativní řešení pro zkvalitnění nabídky a úrovně služeb cestovního ruchu v dané destinaci.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinace, zákazník, služby, kvalita, nabídka

Assessment of Services in Tourism at the Czech Republic Selected Destination

Abstract

The aim of this thesis is to explore and examine the offer of services in the tourism industry in a selected destination (the Giant Mountains). An important purpose of this thesis is to evaluate the services and what effect this service offer has in relation to existing and new clients of tourism in the given destination. The main methodological framework is the analysis of services in the given destination. The analysis is carried out by means of a descriptive method and evaluated by comparative methods and simple statistical metrics. The theoretical part is focused on the exploration of the synergy of the main economic branches with the economic growth of the selected destination which reaches the Liberec and Hradec Králové regions and will be shown in the basic selected indicators of tourism. The aim of the thesis is to propose innovative solution for improving the offer and level of tourism services in the given destination.

Keywords: tourism, destination, customer, service, quality, offer

Obsah

Úvod	12
Cíl práce a metodika.....	13
1.1 Cíl práce	13
1.2 Metodika	13
Teoretická část	15
1.3 Historie cestovního ruchu	15
1.4 Cestovní ruch jako systém	16
1.4.1 Subjekt cestovního ruchu.....	16
1.4.2 Objekt cestovního ruchu	16
1.4.3 Předmět cestovního ruchu.....	17
1.5 Typologie turismu	17
1.5.1 Typy turismu dle místa realizace	18
1.5.2 Typy turismu dle vztahu k platební bilanci státu	19
1.5.3 Typy turismu dle plátce nákladů.....	19
1.5.4 Typy turismu dle délky pobytu	20
1.5.5 Typy turismu dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu	20
1.5.6 Typy turismu dle věku účastníků.....	20
1.5.7 Typy turismu dle převažujícího motivu.....	21
1.6 Statistický monitoring	22
1.6.1 Pojem, typy a instituce statického monitoringu turismu.....	22
1.6.2 Mezinárodní kontext	23
1.6.3 Český statistický úřad	23
1.6.3.1 Statistické řady turismu	24
1.7 Turismus v ekonomice	24
1.7.1 Vymezení turismu v ekonomice	24
1.7.1.1 Nabídkový přístup	24
1.7.1.2 Poptávkový přístup	25
1.8 Trh turismu.....	26
1.8.1 Trh dle ekonomické teorie	26
1.8.2 Možnosti vymezení trhu cestovního ruchu	26
1.8.3 Faktory ovlivňující trh turismu	27
1.8.3.1 Politické a bezpečnostní faktory.....	27
1.8.3.2 Ekonomické faktory	28
1.8.3.3 Demografické faktory.....	28
1.8.3.4 Technicko-technologické faktory	28

1.8.3.5	Sociální faktory.....	29
1.8.3.6	Ekologické faktory.....	29
1.9	Konkurence schopnost	30
1.9.1	Vymezení pojmu konkurenceschopnost	30
1.9.2	Možnosti měření konkurenceschopnosti v turismu	30
1.10	Destinace	31
1.10.1	Pojetí destinace turismu	31
1.10.2	Kvalita destinace turismu.....	31
1.11	Turismus v Evropě	32
1.11.1	Charakteristika Evropy jako regionu mezinárodního turismu	32
1.11.2	Subregionální rozložení turismu v evropském regionu	32
1.11.3	Význam turismu v evropské ekonomice	33
1.12	Aktuální problémy mezinárodního cestovního ruchu	34
1.12.1	Globální problémy a mezinárodní turismus.....	34
1.12.1.1	Globální problémy intersociální	34
1.12.1.2	Globální problémy přírodně sociální	35
1.12.1.3	Globální problémy antroposociální	35
1.12.2	Aktuální ekonomické problémy.....	35
	Praktická část	37
1.13	Charakteristika a poloha Krkonoš	37
1.14	Lokalizační podmínky.....	37
1.14.1	Přírodní charakter.....	37
1.14.1.1	Klima	37
1.14.1.2	Fauna.....	38
1.14.1.3	Flóra	38
1.14.1.4	Přírodní atraktivita	39
1.14.2	Společenský charakter.....	39
1.14.2.1	Historické památky	40
1.14.2.2	Kulturní akce	41
1.15	Selektivní faktory	43
1.15.1	Demografické faktory	43
1.15.2	Ekonomické faktory.....	43
1.15.3	Ekologické faktory.....	44
1.16	Realizační podmínky.....	45
1.16.1	Ubytovací zařízení	45
1.16.2	Stravovací zařízení.....	46
1.16.3	Sportovní zařízení	46

1.16.3.1	Zimní sezóna	47
1.16.3.2	Turistika.....	47
1.16.3.3	Lezecký sport.....	47
1.16.3.4	Cykloturistika	48
1.16.4	Dopravní infrastruktura.....	48
1.17	Turismus v Krkonoších	49
1.17.1	Léto	49
1.17.2	Zima	50
1.18	Výzkum	50
1.18.1	Dotazníkové šetření	50
1.18.2	Nové možnosti	51
1.18.2.1	Jako filmová hvězda	51
1.18.2.2	Adrenalin v krvi.....	53
1.18.2.3	Kalkulace nákladů na jednotlivé návrhy	55
	Výsledky.....	58
1.19	Dotazníkové šetření.....	58
	Závěr	65
	Seznam použitých zdrojů	67
1.20	Literární zdroje.....	67
1.21	Internetové zdroje.....	68
	Přílohy.....	72

Seznam obrázků

Obrázek 1. - Typy turismu dle místa realizace.....	17
--	----

Seznam tabulek

Tabulka 1. - Top destinace podle počtu mezinárodních příjezdů.....	32
Tabulka 2. - Kalkulace průměrných nákladů na víkend v Krkonoších.....	55
Tabulka 3. - Kalkulace průměrných nákladů na aktivní dovolenou v Krkonoších.....	56
Tabulka 4. - Vyhodnocení otázek.....	61

Úvod

Cestovní ruch, nebo také turismus, pojmy, které popisují činnost osob cestujících na přechodnou dobu mimo své trvalé bydliště. Cílem cesty není výdělečná činnost, může se však jednat o služební, obchodní, motivační či jinak zaměřenou cestu. Za návštěvníka můžeme považovat osobu cestující do cílové destinace, která se však nachází mimo jeho trvalé bydliště. Rozdíl mezi turistou a výletníkem je prostý, zatímco výletník navštíví určitou destinaci pouze na dobu kratší než 24 hodin a bez přenocování, turista v této destinaci stráví minimálně jednu noc. (Foret, Foretová, 2001, s.16)

V dnešním moderním životním stylu lidí se cestovní ruch stal trendem. Tomuto trendu napomohlo například uvolnění hranic, lepší možnosti a dostupnost dopravy a také větší svoboda v oboru podnikání po roce 1989.

Tento trend cestování se odráží i na množství utracených peněz v tomto oboru. Lidé dnes mají jiné hodnoty a cíle než v minulosti, proto vydávají na cestování a cestovní ruch více peněz. Zároveň se, ale zvyšuje náročnost na kvalitu služeb a očekávání těchto lidí. Hlavním důvodem pro cestování se stala možnost uspokojit své potřeby v podobě odpočinku, sebevzdělání, zábavy či sportovního vyžití a dalších.

Kromě uspokojení potřeb klientů cestovního ruchu, má tento obor i další možnosti jako poznání nových kultur, nových zemí či destinací, a to jak v blízkosti trvalého bydliště, tak ve vzdálených oblastech. Pokud se na cestovní ruch podíváme z ekonomického hlediska, přináší odvětví cestovního ruchu důležité přínosy pro společnost. Jedná se o přínos v platební bilanci státu, nebo v zaměstnanosti či úrovni HDP státu. Nelze pominout, že cestovní ruch je významný z pohledu příjmů do státního rozpočtu, který je důležitý pro umístění zahraničních investic. Samozřejmě má důležitou roli i v sociálním aspektu, ve kterém je podstatné soužití místních obyvatel a návštěvníků konkrétní destinace.

Důležité pojmy a definice cestovního ruchu, které Vám přiblíží a popíší problematiku a možnosti cestovního ruchu jsou popsány v této práci, dále zde jsou přiblíženy další oblasti cestovního ruchu, které by spolu mohli souviset a prolínat se v konkrétní destinaci. Dále je zde provedeno prozkoumání a zhodnocení možností služeb cestovního ruchu v dané destinaci a to z pohledu realizačních, selektivních a lokalizačních faktorů.

Cíl práce a metodika

1.1 Cíl práce

Cílem práce je zhodnocení dosavadní nabídky služeb, sportovních, historických nebo kulturních či přírodních možností v rámci cestovního ruchu ve vybrané destinaci (Krkonoše). Smyslem práce je prozkoumání a prověření účinnosti jednotlivých služeb na klienty a nové zákazníky s cílem navrhnout inovační řešení. Přínosem práce je inovativní model týkající se zlepšení úrovně zkoumaných služeb v rámci cestovního ruchu ve vybrané destinaci. Tento model se skládá ze dvou částí a kalkulace. Obě tyto části jsou v podobě plánu na výlet do této destinace, tyto plány jsou velice variabilní, mohou sloužit jako cíl cesty do dané destinace, ale zároveň mohou posloužit pouze jako doplňující zážitkový plán k již naplánované dovolené v Krkonoších. První plán je vhodný pro všechny věkové skupiny, sociální skupiny, vhodný i pro rodiny s malými dětmi. Druhý návrh je naopak zaměřený spíše na aktivní a sportovní část návštěvníků. Plán je plný adrenalinu, sportovních i zážitkových aktivit a některé aktivity mohou být náročnější na fyzickou zdatnost. Závěrem v této práci je zpracován, vyhodnocen a přiložen dotazník, jehož cílem je čerpání a zjišťování informací při vyhodnocení možností, služeb a spokojenosti v cestovním ruchu v Krkonoších.

1.2 Metodika

Hlavním metodickým rámcem při řešení zadané problematiky je analýza současného stavu služeb vybrané destinace v rámci podpory cestovního ruchu. Vybraná destinace patří do Libereckého a Hradeckého kraje a konkrétně se týká Krkonoš. Analýza je zpracována deskriptivní metodou a vyhodnocena metodami komparativními a jednoduchými statistickými metrikami. Teoretická část je věnována analýze podmínek a příležitostí cestovního ruchu ve vybrané lokalitě z pohledu zhodnocení její atraktivity. Dále je prověřen potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v dotčené oblasti, především dosavadní vybavenost nabízenými službami (porovnání zima, léto). Praktická část je zaměřena na prozkoumání synergie nosných ekonomických odvětví s ekonomickým růstem vybrané destinace zasahující do dvou krajů: Libereckého a Hradeckého, a který je zachycen ve vybraných ukazatelích cestovního ruchu (např. příjmy z cestovního ruchu, vývoj počtu hostů, návštěvnost, délka jejich pobytu, počty nerezidentních hostů, podíl cestovního ruchu na HDP apod.). Závěr práce je věnován vhodným příležitostem financování cestovního

ruchu ve zkoumané destinaci, od čehož se podstatně odvíjí problematika návrhu možností zkvalitňování služeb. Metody, které jsou při zpracování zadaného tématu použity: analýza, syntéza, deskripce, komparace, kalkulace, dedukce, dotazníkové šetření.

Další metodou, která je v této práci použita, je dotazníkové šetření. Tento dotazník je vypracován pomocí stránky www.surveo.cz a jedná se o bezplatnou verzi dotazníku. Šetření probíhalo přibližně 14 dní, formou rozesílání přímého internetového odkazu, který Vás přeměroval přímo na stránku s dotazníkem. Během těchto dvou týdnů vyplnilo dotazník 78 respondentů. Dotazník obsahuje 21 otázek a jeho vyplňování netrvá déle než 5 minut. Otázky v dotazníku jsou pokládány ve formě výběru z možností, u některých otázek je použita i možnost vlastní odpovědi, nebo je požadována jednoslovná odpověď. Tento dotazník je zaměřen na obecné informace o dané destinaci a tyto otázky jsou kladeny z pohledu, kdy je dotazovaná osoba v postavení návštěvníka této destinace. Otázky jsou nejčastěji zaměřeny na informace jako je délka pobytu v dané destinaci, důvod návštěvy této destinace, pokud se jednalo o návštěvu s přenocováním tak jaký typ ubytování, byl pro tuto návštěvu zvolen, které stravovací zařízení nejčastěji turisté využili, které ze stravovacích a ubytovacích zařízení jim v dané destinaci přijde málo zastoupené, nebo nedostačující. Dále ve kterém ročním období například tuto návštěvu podnikli, či jaký typ dopravy do dané destinace využili. Konec dotazníku patří obecným otázkám týkajících se pohlaví, věku, ekonomického statusu a kraje, ve kterém má dotazovaná osoba trvalé bydliště. Výsledky tohoto dotazníku jsou na konci práce vyhodnoceny pomocí grafů a kratších slovních shrnutí, na grafech jsou demonstrovány zjištěné hodnoty a výsledky.

Teoretická část

1.3 Historie cestovního ruchu

Jako každý průmysl i cestovní ruch má svou historii, kterou se budeme zabývat v následující kapitole, kde si stručně popíšeme vývoj a etapy rozvoje cestovního ruchu od počátku až po současnost.

Hluboko v historii zaznamenáváme prvopočátky cestování po Evropě. Tyto záznamy se objevují převážně v návaznosti na období antiky a to převážně na antické Řecko a Řím, zde se objevil první historicky významný zlom spojený s pohybem obyvatelstva. Nejednalo se však pouze o cesty poutníků, ale především se jednalo o cesty obchodní, vzdělávací a také o cesty spojené se správou země. Na tyto cesty byli tedy posíláni hlavně kupci, poutníci, poslové, ale také rytíři. Nutno však podotknout, že ani jednu z těchto osob není možné pokládat za turistu, ten je totiž spojován s dobou spíše moderní.

Novodobý turismus se tvoří až v 17. století převážně z jevu tzv. „Grand Tours“, kdy se pořádaly cesty za účelem zakončení vzdělávání mladých aristokratů. Plynutím času se tyto cesty přetvářejí a zájem o ně proniká i mezi další vrstvy společnosti.

Velkým mezníkem v historii cestovního ruchu byl přelom 18. a 19. století, kdy se povaha cestování formuje, jak z hlediska motivů a cílů, tak i délky pobytů. V 19. století se zájem o klasické pojetí Grand Tour, které stálo na emocionálně neutrálním vnímání, přesouvá spíše k romantickému Grand Tour, které dává přednost emocionálnějšímu a soukromějšímu vnímání krás a zajímavostí. Toto vnímání vedlo převážně k rozvoji turismu do horských a přímořských oblastí. V této době došlo k rozvoji lázeňství hlavně vlivem nových objevů v oblasti medicíny a pozitivních vlivů přírodních léčiv na lidské tělo i mysl. Nezanedbatelným aspektem v rozmachu cestovního ruchu bylo také zkvalitňování a propojování sítí cest.

V druhé polovině 19. století dochází k tzv. demokratizaci cestování. Ta je bezesporu spjata s průmyslovou revolucí, na kterou lze nahlížet jako na dlouhodobý proces, který ovlivnil nejenom oblast turismu, ale také oblasti ekonomické, společenské a kulturní. V návaznosti na tento rozvoj byly zintenzivněny potřeby vzdělání, regenerace sil, hlavně životního prostředí, potřeba utužování a obnovování sociálních vazeb, ale na druhé straně se postupně budovaly předpoklady pro uskutečňování cestování i ve volném čase,

při volnosti pohybu a volných finančních prostředcích i lepších dopravních možnostech a další vybavenosti.

Základními aspekty pro existenci cestovního ruchu jsou tedy svoboda pohybu, volné disponibilní prostředky, fond volného času, dopravní možnosti a samozřejmě potenciál turismu. (Palatková, Zichová, 2014, s. 14)

1.4 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch lze zkoumat jako systém, tedy jako celek prvků, mezi kterými existují určité vztahy a vazby. Podle tzv. gnoseologického modelu můžeme součástí tohoto systému rozdělit na 3 podsystémy: subjekt, objekt a předmět cestovního ruchu. (Beránek a kol., 2013, str. 19)

1.4.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu je účastník, který uspokojuje svůj turistický chtíč a je charakterizovaný souborem vlastností a stavů, kterými mohou být různá hlediska (např. fyziologické, psychologické, ekonomické, sociální, atd.). Poskytovatel služeb cestovního ruchu by měl všechny tyto hlediska dobře znát. Z ekonomického pohledu je subjekt spotřebitel produktu cestovního ruchu a nositel poptávky. Z tohoto pohledu jím může být návštěvník nebo stálý obyvatel. (Beránek a kol., 2013, str. 19)

1.4.2 Objekt cestovního ruchu

Za objekt cestovního ruchu můžeme považovat vše, co se může subjektu cestovního ruchu stát cílem změny pobytu. Je tvořen cílovým místem (destinací cestovního ruchu) a podniky, které poskytují služby, po kterých je poptávka ze strany účastníka cestovního ruchu. Mezi destinace cestovního ruchu mohou spadat turistická centra, oblasti, ve kterých se nachází přírodní nebo kulturně-historické zajímavosti. Z ekonomického hlediska lze objekt cestovního ruchu vyjádřit jako nabídku z toho důvodu, že subjekt putuje do míst, kde se předpokládá, že budou splněny jeho potřeby prostřednictvím nabídnutého zboží a služeb nabízenými podniky cestovního ruchu.

Objekty cestovního ruchu rozdělujeme na dvě skupiny – primární a sekundární nabídku. Primární nabídka se vyznačuje přírodními a kulturně-historickými možnostmi,

kteře jsou předpokladem pro to, že budou vyhledávány ze strany subjektu cestovního ruchu. Tato nabídka se vyskytuje nerovnoměrně, a aby primární nabídka byla atraktivní, tak se musí vyskytovat v určitém místě v dostačujícím množství a kvalitě. Sekundární nabídka se dá popsat jako souhrn podniků, zařízení a institucí cestovního ruchu, které jsou schopné subjekt přechodně ubytovat, nabídnout možnost stravování nebo uspokojit rekreační, sportovní nebo kulturní požadavky ze strany účastníka cestovního ruchu. Sekundární nabídka je závislá na primární, např. v městských střediscích je možnost kulturně-historického vyžití nebo rekreační instituce jsou většinou umístěné v místech, kde jsou možnosti turismu, sportovní aktivity, atp. Hlavními požadavky na sekundární nabídku je poskytnutí přístupu do oblasti a využití jeho činností. (Beránek a kol., 2013, str. 19)

1.4.3 Předmět cestovního ruchu

Předmět cestovního ruchu můžeme označit jako produkt cestovního ruchu. Jde o jakýkoliv výrobek, služby nebo jejich soubor, který slouží k uspokojení potřeb subjektu cestovního ruchu. Většinou se jedná o soubor služeb, které poskytuje cílové místo, případně podniky cestovního ruchu. Např. typickým produktem cestovní kanceláře je zájezd, který jde popsat jakou sestavený soubor služeb nabízený za souhrnnou cenu. Součástí produktu může být i přírodní výtvar, který je zadarmo, a zároveň slouží k uspokojení účastníka (např. mořské klima). Jedná se tedy o součást primární nabídky. Pokud však mluvíme o produktu cestovního ruchu, myslíme tím zboží a služby nabízené na trhu cestovního ruchu. (Beránek a kol., 2013, str. 19)

1.5 Typologie turismu

V obecném pojetí byl turismus popsán jako komplikovaný společensko-ekonomický jev, ve kterém se pojí ekonomické, sociálně-kulturní, psychologické a environmentální aspekty. Ve skutečnosti se však turismus objevuje v konkrétních formách. Turismus se většinou člení na formy a druhy. Každý autor nahlíží na toto vymezení z různých hledisek. A proto bude dále používán pojem „typ“ turismu. Následující výčet typů turismu dle kritérií nebude zcela kompletní. Musíme přihlédnout k tomu, že určité typy se mohou prolínat, nebo mohou být vnímány subjektivně, či se mohou lišit například v čase. (Palatková, Zichová, 2014, s. 19)

1.5.1 Typy turismu dle místa realizace

Turismus lze členit v souvislosti k referenční zemi a to na domácí turismus, výjezdový turismus a příjezdový turismus.

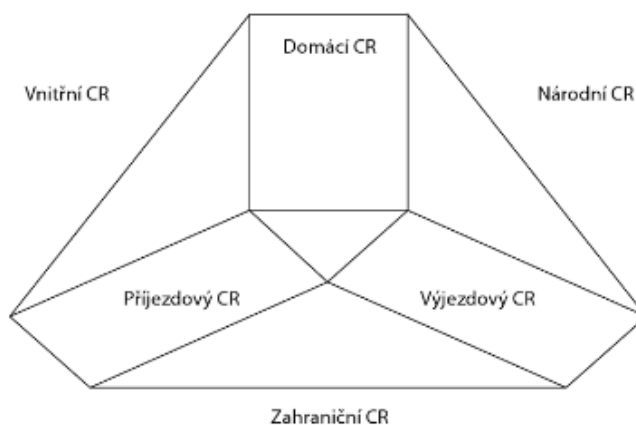
Domácí turismus je turismus rezidentů referenční země bez překročení státních hranic vlastního státu. Jsou to aktivity na území dané země v rámci domácího nebo výjezdového turismu. Naopak zahraniční turismus je turismus, při kterém dochází k překročení státní hranice daného státu a tato aktivita se pojí s výjezdovým a příjezdovým turismem.

Výjezdový turismus se pojí s výjezdem občanů referenční země do zahraničí, tedy s překročením státní hranice vlastního státu. Tyto cesty mohou být součástí domácího, nebo výjezdového turismu.

Příjezdový turismus zahrnuje veškeré příjezdy do vlastního státu ze zahraničí. Tento turismus má specifickou formu tzv. tranzitní turismus. Tento turismus se vyznačuje tím, že občané projíždí danou zemí, která však není cílovou destinací, ale tento občan zde absolvuje zastávku, nebo pobyt, přičemž délka pobytu není specifikována a občan musí v této zemi čerpat určité služby. Nejedná se tedy o typ turismu, kdy občan destinací pouze projíždí.

Turismus v návaznosti na místo realizace turismu, či vztah občana k dané zemi se specifikuje ještě na následující kategorie. A to na vnitrostátní turismus což je turismus, který se odehrává pouze na území dané země a spadá sem tedy turismus domácí a příjezdový. A na národní turismus což je součet veškerého cestovního ruchu obyvatelstva dané země a s tím související domácí a výjezdový turismus.

Obrázek 1.



(Zdroj: Palatková, Zichová, 2014, s. 19)

Další dělení, však již bez ohledu na vztah ke konkrétní zemi, je turismus mezinárodní, kdy dochází k překročení státní hranice, toto pojetí představuje nejrozvinutější pojem z hlediska územní realizace turismu. Zahrnuje i pohyb občanů bez teritoriálního určení.

Turismus světový už svým názvem napovídá, že se jedná souhrn veškerého cestovního ruchu všech zemí světa a to buď výjezdový, nebo příjezdový.

Poslední kategorií je tzv. turismus světa, ten zahrnuje všechno ve světě realizovaný turismus, což je součet domácího a zahraničního turismu. (Palatková, Zichová, 2014, s. 19), (Foret, Foretová, 2001, s. 17)

1.5.2 Typy turismu dle vztahu k platební bilanci státu

Na platební bilanci státu má vliv zahraniční cestovní ruch a podle tohoto vlivu se dále dělí turismus na aktivní a pasivní.

Aktivní cestovní ruch označuje výdaje zahraničních návštěvníků za služby a produkty cestovního ruchu dané země, to vede k nárůstu devizových prostředků a to kladně, neboli aktivně ovlivňuje platební bilanci. V aktivním cestovním ruchu jsou ukazatele sledovány určitými institucemi, třeba Český statistický úřad, se zaměřuje na hromadění údajů o počtech návštěvníků v hromadných ubytovacích institucích. Výběrová šetření u zahraničních návštěvníků má na starosti CzechTourism a Ministerstvo pro místní rozvoj. Česká národní banka zase sleduje výši devizových příjmů na běžný účet v bilanci služeb jako cestovní ruch - příjmy.

Pasivní cestovní ruch, jedná se o výdaje na výjezdy obyvatel daného státu, tedy výdaje na služby a produkty turismu v zahraničí což vede k poklesu devizových prostředků a to pasivně ovlivňuje platební bilanci. V platební bilanci ČNB a v satelitním účtu ČSÚ jsou zapisovány hodnotové ukazatele o poptávce pasivního turismu. V platební bilanci na běžném účtu v bilanci služeb je zaznamenáván zahraniční pasivní turismus. (Palatková, Zichová, 2014, s. 20,167,202)

1.5.3 Typy turismu dle plátce nákladů

Cestovní ruch se také dělí podle plátce nákladů spojených s účastí na turismu. A to na komerční a sociální turismus.

Komerční turismus, dříve také nazývaný jako volný, nastává, když jsou všechny náklady hrazeny z disponibilního příjmu domácnosti účastníka turismu.

Sociální turismus souvisí s plněním daných podmínek, při kterých jsou náklady úplně, nebo zčásti hrazeny jiným subjektem než samotným účastníkem turismu. Sociální turismus se vztahuje převážně na specificky zdravotně, sociálně, či ekonomicky handicapované skupiny obyvatelstva. Hlavním cílem je podpora turismu a odstraňování překážek těmto znevýhodněným skupinám. (Palatková, Zichová, 2014, s. 21)

1.5.4 Typy turismu dle délky pobytu

Zde je dělení poměrně jednoduché. Jedná se o turismus jednodenní, který zahrnuje veškerý uskutečněný turismus v rámci 24 hodin. Následující je krátkodobý turismus, který je v rozmezí od jednoho do tří přenocování včetně. Dlouhodobý turismus se udává od 4 přenocování a více, tento turismus je ale omezen a to délkou pobytu 6 měsíců v rámci domácího cestovního ruchu a 1 rokem pak v mezinárodním turismu. (Palatková, Zichová, 2014, s. 23), (Foret, Foretová, 2001, s. 17)

1.5.5 Typy turismu dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

Podle toho typu se turismus dále dělí na organizovaný a neorganizovaný.

Organizovaný turismus znamená, že turismus je řízený a to tak, že pobyty jsou zajišťovány subjekty jako třeba cestovní kanceláři, či cestovní agenturou ale spadají sem i ostatní organizované cesty a pobyty, které podle zákona nesplňují podmínky zájezdu.

Neorganizovaný turismus se vyznačuje tím, že účastníci turismu si zařizují cestu a pobyt sami. Ale i zde je možnost nákupu dílčích služeb u zprostředkovatelského subjektu. (Palatková, Zichová, 2014, s. 22), (Foret, Foretová, 2001, s. 17)

1.5.6 Typy turismu dle věku účastníků

Toto kritérium se především vztahuje k demografickým charakteristikám. Hlavním aspektem je tu věk. Můžeme se domnívat, že různé věkové skupiny budou mít jiné potřeby, nebo omezení a tím pádem i jinou spotřebu produktů a služeb. Jako věkové

podskupiny je můžeme dělit na děti, mládež, rodiny s dětmi, osoby v aktivním věku a však bez dětí a na seniory.

V kategorii děti se počítá s organizovanými pobyty dětí do 15 let. Spadají sem například letní prázdninové tábory, školní výlety, školy v přírodě, sportovní soustředění apod., při čemž na děti dohlíží dozor odpovědných osob, avšak bez přítomnosti rodičů.

Za turismus mládeže se považuje cestování mladých lidí ve věku od 16 do 24 let, kteří ještě nemají vlastní rodiny a cestují tak po vlastní ose.

Turismus rodin s dětmi se vyznačuje tím, že je cestování do určité míry podřízené právě potřebám dětí. Jedná se tu o turismus, kdy na děti dohlíží rodiče, ale již rodiny cestují samostatně, ne ve skupinách.

Turismus osob v produktivním věku se vlastně nijak specificky nevyznačuje. Ve většině případů se jedná o skupinu lidí v produktivním věku, kteří cestují samostatně a bez dětí. Hlavním kritériem bývá dostatek volného času a disponibilních prostředků.

Turismus seniorů nebo také turismus obyvatel v post-produktivním věku nemá přesnou věkovou hranici, protože věková hranice tohoto turismu se nedá blíže specifikovat. To vede k tomu, že v různých zemích je různá věková hranice, většinou je však tato věková hranice spojována s odchodem do důchodu. (Palatková, Zichová, 2014, s. 22)

1.5.7 Typy turismu dle převažujícího motivu

Toto rozdělení typů cestovního ruchu je oproti výše uvedeným typům velmi výrazně vázáno na proměnlivost v čase. Převažující motiv je totiž buď motiv osobní, nebo obchodní či profesní.

Do kategorie osobního turismu spadá velké množství druhů turismů. Vyskytuje se zde například dovolená, volný čas, rekreace, kulturní poznání, turismus zaměřený na přírodní aspekty, turismus orientovaný na sport, ale také sem spadá návštěva příbuzných, turismus za účelem se vzdělávat, zdravotně orientovaný turismus, náboženský turismus, nebo také nákupní turismus.

Mezi typy obchodního a profesního turismu zase naopak spadají pracovní setkání, motivační pobyty, kongresy a konference, exhibice, veletrhy, výstavy a mnoho dalších. (Palatková, Zichová, 2014, s. 24) (Foret, Foretová, 2001, s. 17)

1.6 Statistický monitoring

1.6.1 Pojem, typy a instituce statického monitoringu turismu

Pojem statický monitoring turismu vyjadřuje proces shromažďování, třídění, zpracování a následnou interpretaci dat, ve kterých se promítají skutečné procesy, které probíhají v ekonomické sféře. Sbíráání dat je obtížné a to hned z několika důvodů, zejména však z nesnadného monitoringu pohybu spotřebitele (účastníka turismu) v domácím či zahraničním cestovním ruchu a toku financí, který přímo souvisí s pohybem účastníka. Cílem statického monitoringu je získat prostorové a časové údaje po skončení turismu za sledované období ve sledované oblasti.

Základním předpokladem pro úspěšných statistický monitoring cestovního ruchu je stanovení kritérií sledování turismu. Na tyto aspekty se zaměřují jak instituce mezinárodní (např. UNWTO, MMF), tak i instituce národní (např. ČSÚ).

Statistický monitoring turismu lze rozdělit do několika kategorií podle určitých aspektů:

1. Statistický monitoring podle využití metody monitoringu:

- monitoring založený na dotazování účastníků turismu
- monitoring využívající dotazování poskytovatelů a zprostředkovatelů služeb
- monitoring vycházející z metody pozorování

2. Statistický monitoring turismu podle dle typu turismu:

- aktivní turismus
- pasivní turismus
- domácí turismus
- vnitřní turismus
- zahraniční turismus

3. Statistický monitoring podle předmětu sledování:

- monitoring nabídky (primární i sekundární)
- monitoring poptávky (spotřeby)
- monitoring ekonomických efektů turismu (satelitní účet turismu)

(Palatková, Zichová, 2014, s. 97)

1.6.2 Mezinárodní kontext

Základem pro statistický monitoring turismu je technika sledování turismu, zahrnující vymezení pojmů, jako je turismus, návštěvník, turista, exkurzionista, rezident a další. V této době vychází statistické sledování turismu v České republice z mezinárodních standardů mezinárodních institucí (OSN – statistika národních účtů, MMF – statistika platební bilance, Eurostat, Evropská centrální banka, OECD, IATA a další).

Hlavní institucí pro sledování turismu v České republice je Český statistický úřad (ČSÚ). Důležité pro tento ústav je propojení i s mezinárodními institucemi, jako je například Eurostat (Evropský statistický úřad), který se soustředí na sledování nabídky hromadných ubytovacích zařízení a jejich obsazenost, sledování poptávky a ekonomických efektů turismu. Na straně poptávky sleduje Eurostat klasická data, jako například výběr destinace, účel turismu, délka pobytu, typ ubytování, časové období, typ dopravy do destinace, výdaje, atp.

Statistický monitoring turismu České republiky prošel od počátku 90. let podstatnými změnami v oblasti metodiky i legislativy. V důsledku těchto změn vyvstává největší problém statistického sledování turismu České republiky, jímž je neexistence nesouvislých časových řad sledovaných ukazatelů z důvodu změny metodiky, časových i finančních nároků a problematické využití některých dat. (Palatková, Zichová, 2014, str. 97)

1.6.3 Český statistický úřad

Český statistický úřad (ČSÚ) vznikl v roce 1969 a je hlavním orgánem státní správy České republiky. ČSÚ vykonává státní statistické služby, při kterých využívá svých pracovišť v České republice. ČSÚ se dále dělí na několik sekcí, mezi které patří i Oddělení statistiky cestovního ruchu. Cílem statistického monitoringu ČSÚ je poskytnutí objektivních informací ekonomického, sociálního a demografického vývoje turismu v České republice a jejich následné porovnání s mezinárodními údaji. Pro shromáždění dat a pro nejvíce objektivní porovnání využívá ČSÚ metodiky mezinárodních institucí (např. OSN, OECD, Eurostat, UNWTO, atd.). (Palatková, Zichová, 2014, s. 99)

1.6.3.1 Statistické řady turismu

ČSÚ se věnuje od 90. let sledování nabídky i poptávky turismu. K hlavním statistickým řadám, které jsou monitorovány, patří:

- Kapacity ubytovacích zařízení
- Návštěvnost ubytovacích zařízení
- Domácí a výjezdový turismus
- Činnost kulturních zařízení
- Obchod, pohostinství a ubytování
- Vedlejší a pomocné služby v dopravě
- Služby cestovních kanceláří a agentur

(Palatková, Zichová, 2014, s. 99)

1.7 Turismus v ekonomice

Cestovní ruch bývá zařazován mezi významné ekonomické činitele. Bohužel se jeho hodnocení provádí bez dostatečné znalosti číselných údajů a později jsou pak velmi často odvozeny chybné závěry o jeho postavení a významu v národním hospodářství. Pro správné hodnocení významu cestovního ruchu je třeba brát v úvahu jeho nevyvratitelné kladné účinky, ale i záporné účinky, mezi které patří vliv na fyzické a sociokulturní prostředí. (Palatková, Zichová, 2014, s. 104)

1.7.1 Vymezení turismu v ekonomice

1.7.1.1 Nabídkový přístup

Neboli strana nabídky, která je jednou ze dvou možností jak vymezit turismus v ekonomickém odvětví. Tento přístup se zakládá na jasném vymezení cestovního ruchu a to jako struktury různých odvětví zasahujících do cestovního ruchu.

Členění odvětví souvisejících s cestovním ruchem je mnoho, proto vybereme jedno z nejpoužívanějších podle Coopera a kol. (2008) a Costa a Rispolu (1992), kde se odvětví člení:

- Ubytovací služby – zásadní odvětví turismu, největší význam má pro turisty
- Stravovací služby – zahrnují různé druhy a možnosti stravovacích zařízení

- Doprava – různé typy dopravy, včetně půjčoven aut
- Kongresy a konference
- Cateringové služby
- Rekreční a volnočasové služby – kulturní, sportovní a mnoho dalších
- Velkoobchodní a maloobchodní – hlavním stanoviskem je prodej zboží účastníkům turismu
- Finanční služby – obsahující služby finančních zprostředkovatelů, např. směnářské služby, platební karty, pojišťovací služby atp.
- Prodej a pronájem nemovitostí – služby spojené s pronájmem, či prodejem nemovitostí využitelných pro cestovní ruch
- Služby infrastruktury – letiště, dálnice, přístavy, železnice, poskytované veřejným nebo soukromím sektorem
- Kulturní služby a služby životního prostředí – muzea, galerie, hrady, zámky a další
- Plánování a organizace cesty – sem spadají cestovní kanceláře a cestovní agentury
- Veřejná správa – služby spojené se šířením národní propagace, zákonů, národní bezpečnosti
- Vzdělávání a trénink – služby institucí nabízejících vzdělání, školení, trénink v oblastech souvisejících s cestovním ruchem

1.7.1.2 Poptávkový přístup

Již zmíněnou druhou možností vymezení cestovního ruchu je poptávkový přístup, který je tvořen na straně poptávky. Umožňuje na základě zkoumání spotřebního chování, u kterého bere zřetel na výši a strukturu výdajů účastníků cestovního ruchu, poměrně přesně určit rozsah a strukturu produkce, která je konzumována v turismu. Input-output analýza je hlavní metodou, která se používá v rámci poptávkového přístupu.

Input-output analýza je analýza, která dokáže určit, zda se zde vyskytuje vazba a pokud ano tak jakou míru mají spojení mezi sektory ekonomiky a jakým způsobem jsou provázány s odvětvím turismu.

Hlavní nevýhodou poptávkového přístupu je kontinuita a pravidelnost sběru dat, proto nemůže být poptávkový přístup výhodnější než ten nabídkový. Proto je nejvýhodnější možností kombinace obou přístupů, jak nabídkového, tak poptávkového.

1.8 Trh turismu

1.8.1 Trh dle ekonomické teorie

Trh dle ekonomického hlediska lze charakterizovat jako část ekonomiky, kde nastává výměna výsledků činností mezi ekonomickými subjekty a to za pomoci směny. Cena se formuje na trhu za pomoci nabídky a poptávky. Určitá forma vztahů mezi výrobcí a spotřebiteli, i tak lze nahlížet na trh. Obecně se trh rozděluje na teritoriální vymezení, množství druhů zboží a předměty směny.

Teritoriální vymezení je možné rozdělit na tři typy trhů. S místním trhem se dnes už setkáme pouze výjimečně, jedná se totiž o typ trhu, jako jsou například tržiště, kde jsou směnovány převážně potraviny a krajové speciality. Důsledkem rozvoje dělby práce a zlepšením dopravní dostupnosti se můžeme bavit o národním trhu. A prohlubující se dělba práce, která se časem specializovala nejenom v národních ekonomikách, ale i v mezinárodních je důvod vzniku světového, nebo také mezinárodního trhu.

Z pohledu počtu druhů zboží je možné rozdělit trh na dílčí a agregátní. Dílčí trh je trh zaměřený na jeden druh zboží, jedná se převážně o ekonomický abstrakt, díky kterému je možné popsat nabídku a poptávku a souvislosti s nimi spojené.

Posledním kritériem pro dělení trhů je předmět směny, zde lze trh rozdělit do tří skupin a to na trh související s výrobními faktory, následuje trh peněz a nakonec trh produktů, nebo také trh zboží a služeb. (Palatková, Zichová, 2014, s. 28)

1.8.2 Možnosti vymezení trhu cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu lze z praktického hlediska rozdělit dle určitých kritérií a to jak z pohledu nabídky, tak z pohledu poptávky. Mezi tyto kritéria spadá například teritoriální kritérium, časové kritérium, produktové kritérium, socioekonomické a kvantitativní kritérium.

V současné době se teritoriální možnosti výrazně zvětšily a to hlavně díky rozvoji dopravních a informačních technologií, resp. globalizačních procesů. Dnes už neexistuje pouze trh místní, regionální, národní nebo mezinárodní, ale také tzv. globální trh. Pro poptávajícího je podstatným trhem spádová oblast, což znamená oblast dosažitelnosti konkrétního produktu či služby. Naopak u nabízejícího je tato oblast v místě stávajících

zákazníků, či nových potenciálních zákazníků. Z tohoto vyplývá, že na mezinárodní trh může zasahovat v podstatě každý.

Časové kritérium neboli sezonní aspekt znamená, že trh je v určité míře ovlivněn sezonní složkou. Z tohoto hlediska se trh dá dále dělit na trh celoroční či pouze sezonní. Nebo také pokud mluvíme o délce pobytu na jednodenní, krátkodobý či dlouhodobý.

Věcný aspekt, nebo také produktové kritérium znamená, že trh požaduje jasné určení, které produkty budou na daném trhu, jak moc budou srovnatelné s ostatními produkty, nebo jak moc bude možné tyto produkty substituovat, neboli nahradit srovnatelným produktem.

U socioekonomického kritéria neboli personálního aspektu se hovoří o určení trhu z hlediska určitých skupin vyprofilovaných na straně poptávky.

Z pohledu kvantitativního kritéria je trh určen množstvím a činy účastníků trhu. V současné době převažuje na trhu turismu nabídka nad poptávkou, tím pádem bude „konkurence“ ze strany poptávky prozatím zanedbána. (Palatková, Zichová, 2014, s. 31)

1.8.3 Faktory ovlivňující trh turismu

Faktorů, které ovlivňují trh cestovního ruchu, je samozřejmě dlouhá řada. Spadají sem například politické a bezpečnostní faktory, ekonomické faktory, demografické, sociální a ekologické faktory, ale také faktory technicko-technologické. (Palatková, Zichová, 2014, s. 32)

1.8.3.1 Politické a bezpečnostní faktory

Jedním z primárních předpokladů ze strany nabídky je mírové uspořádání světa a možnost volného pohybu osob. Tyto předpoklady často oslabí, nebo naprosto přeruší, politická nestabilita, nebo dokonce válečný konflikt. V dnešní době nelze přehlednout ani čím dál čtenější teroristické hrozby. Toto nejsou však jediné hrozby, které podlamují cestovní ruch. Spadají sem i další hrozby jako jsou epidemie, či přírodní katastrofy, jejichž dopad je obvykle lokální povahy. Naopak přispět k rozvoji může vláda a zákonodárci, zejména tvorbou rámce pro efektivní fungování a podporu rozvoje turismu. Tento rámec zahrnuje například podporu podnikání, finanční podporu aktivit týkajících se turismu a eliminaci překážek v podobě cestovních formalit. (Palatková, Zichová, 2014, s. 32)

1.8.3.2 Ekonomické faktory

Nejdůležitějším rysem ekonomických faktorů je ekonomický růst, který ovlivňuje trh cestovního ruchu. Ekonomický růst se měří v makroekonomické veličině, tedy v hrubém domácím produktu (HDP), který mimo jiné ovlivňuje výši disponibilního důchodu občana. Další nezanedbatelný faktor může být rozdílná ekonomická úroveň zdrojové a cílové země. Nižší cenová hladina v určité destinaci může do určité míry působit jako motivační faktor, který láká k realizaci cesty z hospodářsky vyspělé země, do méně vyspělé země. Následujícím faktorem je fond volného času. Na ten se dá nahlížet jak z ekonomického tak i ze sociálního hlediska. Z toho ekonomické závisí fond volného času na disponibilních příjmech. Spotřebitel chce maximalizovat užitek, což znamená, nejpříznivější poměr práce a volného času. Mezi ekonomické faktory lze zařadit i úrokové míry, které výrazně ovlivňují nabídku a částečně i poptávku. (Palatková, Zichová, 2014, s. 33)

1.8.3.3 Demografické faktory

Demografickým faktorem, který velmi významně ovlivňuje cestovní ruch, patří nárůst populace. V současné době je na planetě necelých 7 miliard obyvatel, prognóza na rok 2050 je, že na planetě bude necelých 10 miliard obyvatel. Nelze však přehlednout, že největší populační přírůstek je v rozvojových zemích, kde nízká hospodářská úroveň neumožňuje podílení na cestovním ruchu ve větší míře. Dalším demografickým faktorem je například stárnutí populace. V souvislosti s cestovním ruchem lze tento faktor brát jako určitou výhodu, kdy se může cestovní ruch zaměřovat více na seniory, avšak na druhou stranu musíme brát v potaz nevyhnutelnost penzijních reforem, což povede ke snížení disponibilních příjmů a volného času u této skupiny obyvatelstva. (Palatková, Zichová, 2014, s. 34)

1.8.3.4 Technicko-technologické faktory

Mezi tyto faktory můžeme zahrnout především pokrok v letecké dopravě a informačních technologiích. Díky letecké dopravě se výrazně zlepšila dostupnost jak prostorová tak časová, zejména v případě vzdálených destinací. Další výhodou pro

leteckou dopravu je fakt zlevňování v rámci leteckých aliancí a rovněž vstup nízkonákladových leteckých společností na trh. Bohužel i tento faktor je ovlivněn jinými faktory a zde se jedná zejména o faktor bezpečnosti. Informačně-komunikační technologie nalezneme v dnešní době takřka ve všech odvětvích spojených s cestovním ruchem. Tyto technologie jsou výhodné jak pro samotné poskytovatele cestovního ruchu, v podobě reklamy, nabídky na internetu, porovnávání informací atp., tak i pro samotné účastníky cestovního ruchu jsou tyto systémy opravdu příznivé. Z pohledu účastníků se jedná hlavně o výhody jako je rychlost, široký výběr, spolehlivost a spoustu dalších. (Palatková, Zichová, 2014, s. 35)

1.8.3.5 Sociální faktory

Tyto faktory stojí hlavně na výši disponibilního důchodu, který závisí na přerozdělování důchodů v dané zemi, nebo na daňové politice, či vládních transferech. Zatím co faktor fondu volného času závisí hlavně na tzv. sociálních zákonech, v první řadě hlavně na zákoníku práce, který přesně stanovuje nárok na dovolenou v příslušné výši a také stanovuje délku pracovní doby. Velkým sociálním faktorem je také zpřístupnění cestovního ruchu i znevýhodněným skupinám jako jsou zdravotně handicapovaní obyvatelé, rodiny s dětmi, senioři a také studenti. Tímto tématem se velmi významně zabývá Evropská unie, která se snaží podpořit sociální turismus hlavně na základě dokumentu „Turismus pro všechny“. (Palatková, Zichová, 2014, s. 36)

1.8.3.6 Ekologické faktory

V důsledku stále se zhoršujícímu stavu životního prostředí se lidé více ubírají do přírodního prostředí, což vede k tomu, že hlavním ekologickým faktorem je přirozená atraktivnost prostředí. Tyto oblasti jsou specifické tím, že v minulosti, nebo ještě do dnes nejsou tolik ekonomicky nebo jinak, převážně průmyslově, využívány. (Palatková, Zichová, 2014, s. 36)

1.9 Konkurence schopnost

1.9.1 Vymezení pojmu konkurenceschopnost

Pojem konkurenceschopnost nelze popsat přímou definicí. Jde zde totiž o spojení velkého množství různých úhlů pohledů, ale také různou šířku záběrů. Každá konkurenceschopnost se totiž liší v závislosti, jestli se jedná o úroveň jednotlivých subjektů, tedy mikroúroveň, nebo vymezení na úrovni celku, jako je region, odvětví, pak se jedná o mezi úroveň, či zda se jedná o úroveň země, tedy o makro úroveň. Užší záběr definic se soustředí pouze na výsledky, tedy na hodnocení zda a pokud ano, tak do jaké míry byl subjekt schopný uspět v konkurenčním boji. Pokud se zaměříme na konkurenceschopnost z opravdu obecného hlediska lze ji popsat jako schopnost dosahovat stanovených cílů. Pokud se však jedná o konkurenceschopnost v cestovním ruchu lze ji definovat jako schopnost využívat a rozvíjet potenciální turismus pro zvýšení počtu návštěvníků, generovaných příjmů a HDP prostřednictvím co nejlepšího uspokojení potřeb návštěvníků při respektování zásad udržitelného rozvoje.

Možnost obstát v náročném konkurenčním boji na trhu nelze chápat jako dosažení určitého přesně stanoveného cíle, ale musíme ji chápat jako postup, který vyústí v možnost hodnotit nejen výkon nebo výsledky, ale také postupy, jež k těmto výsledkům vedli. Říkáme jim konkurenční výhody, které se s měnícími podmínkami na trhu, mění v čase. (Palatková, Zichová, 2014, s. 86)

1.9.2 Možnosti měření konkurenceschopnosti v turismu

Modely využívané v dnešní době pro hodnocení konkurenceschopnosti jsou postaveny na předpokladu multikriteriálního hodnocení. Toto hodnocení je spojením měření jak pomocí objektivních dat, tedy kvantitativních ze statistických zdrojů, tak pomocí subjektivních dat, která jsou kvalitativní, získané ze zkoumání poptávky podnikatelských a jiných subjektů. To že tzv. měkká data se získávají z významu či zájmu jednotlivých respondentů bývá často zpochybňováno odborníky. Ale i přesto by bez těchto dat bylo šetření a výsledky neúplné, nebo nevypovídající. Naopak zaměření analýzy na jedno, nebo několik málo parametrů, při oddělení těchto dat od ostatních povede z rozporným až chybným závěrům. Je tedy jasné, že stanovení kritérií, jejich významu a vzájemných souvislostí je při hodnocení konkurenceschopnosti naprosto zásadním prvkem

pro dosažení správných výsledků a také pro následnou interpretaci těchto výsledků. (Palatková, Zichová, 2014, s. 89)

1.10 Destinace

1.10.1 Pojetí destinace turismu

Pokud se řekne slovo destinace turismu, většina lidí si vybaví místo určení, nebo geograficky určený cíl cesty. Pojem destinace lze popsat jako geografický prostor, třeba stát, místo či region, který si účastník cestovního ruchu vybírá za cíl své cesty. Samotné destinace mezi sebou mají konkurenční boj. Destinace plní mnoho funkcí, ale společným cílem všech destinací je prodej, ať už regulovaný, nebo neomezený.

Jednou z funkcí je funkce marketingová, další funkce nabídková, funkce zastoupení různých zájmových skupin a funkci plánovací. Cílem destinace je mít perfektní a kvalitní organizaci celého řetězce služeb, proto by definice destinace mohla znít takto: „Destinace jsou definovány, jako regionální, mezinárodně konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu turismu“. (Palatková, 2011, s. 11)

1.10.2 Kvalita destinace turismu

Pojem destinace je velmi obtížně vysvětlitelný a to nejenom díky subjektivnímu vnímání návštěvníkem a složitostí destinace jako společensko-ekonomického systému, ale i s přihlédnutím k rezidentům, kteří nemusí vnímat kvalitu stejně, jako je vnímána návštěvníkem, nebo managementem destinace. Pojem kvalita destinace je vysvětlitelný pomocí tří základních způsobů.

První způsob je kvalita jednotlivých služeb nebo produktů separátně v samostatných sektorech cestovního ruchu destinace, zde lze kvalitu měřit nebo řídit.

„Agregátní“ kvalita souhrnu služeb destinace je druhým způsobem vysvětlení kvality destinace. Zde je měření a řízení náročnější a může být prováděno např. národními systémy řízení kvality služeb v turismu. Aspekty, které mohou být začleněny také do hodnocení, jsou kvalita veřejných služeb nebo volných statků.

Třetím způsobem hodnocení kvality destinace je nejkomplikovanější způsob hodnocení a to je hodnocení nikoli z pohledu návštěvníka destinace, ale z pohledu

rezidentů žijících v dané destinaci. Z důvodu složitosti této metody se s ní zatím setkáme jen zřídka. (Palatková, 2011, s. 184)

1.11 Turismus v Evropě

1.11.1 Charakteristika Evropy jako regionu mezinárodního turismu

Evropa je celkově nejvýznamnějším regionem světového turismu, ale pomalu dochází ke snižování všech ukazatelů (příjezdy/výjezdy, příjmy/výdaje), což působí ve prospěch Asie a Pacifiku. Evropa se vyznačuje vysokým podílem domácího turismu, i přes skutečnost že v téměř všech vyspělých tržních ekonomikách západoevropských jeho podíl klesá, z důvodu zaměření poptávky obyvatel na zahraniční pasivní turismus. Příčinou je zajiště vzrůstající životní úroveň i snazší dostupnost leteckou dopravou.

Evropa je regionem různorodým, zahrnující ekonomicky i kulturně rozdílné země prakticky od západoevropských zemí až po východ Ruské federace. Nicméně hlavní oblast evropského mezinárodního příjezdového a výjezdového cestovního ruchu leží v západní části Evropy. Tato část Evropy se vyznačuje velkým počtem menších zemí, geografickou blízkostí, dobrou dopravní infrastrukturou a historickými, kulturními i politickými vazbami. Ve prospěch rozvoje cestovního ruchu hraje roli i existence všech typů atraktivit a jejich rozmanitost. Vysoký stupeň ekonomické vyspělosti znamená velký podíl účasti evropského obyvatelstva a mezinárodní turismus.

Jedním z velmi podstatných důvodů pro tvorbu mezinárodních vztahů v turismu je bezpochyby integrační proces, který započal v 50. letech minulého století. Tento proces vedl k pokroku v mnoha aspektech klíčových pro rozvoj cestovního ruchu (společný vnitřní trh, jednotná měna, liberalizace. Můžeme hovořit zejména o Evropské unii, ale také o Evropském pásmu volného obchodu (EFTA). (Palatková, 2014, s. 115)

1.11.2 Subregionální rozložení turismu v evropském regionu

Evropský region se dělí na pět subregionů:

1. Západní Evropa (Rakousko, Belgie, Francie, Německo, Nizozemsko, Švýcarsko, atd.)
2. Jižní Evropa (Albánie, Bosna a Hercegovina, Chorvatsko, Řecko, Itálie, Španělsko, atd.)

3. Střední a Východní Evropa (Arménie, Bělorusko, Česká republika, Polsko, Moldávie, atd.)
4. Severní Evropa (Dánsko, Finsko, Švédsko, Norsko, Velká Británie, Irsko, atd.)
5. Východní Středomoří Evropy (Kypr, Turecko)

Nejvýznamnější z hlediska příjezdů je subregion Západní Evropa, na který navazuje subregion Jižní Evropa. Z hlediska příjmů jsou to subregion Západní Evropa, Jižní Evropa a Severní Evropa. Z hlediska rozlohy je to naopak oblast bývalého Sovětského svazu, tj. Střední a Východní Evropa.

Podíly subregionů podle výdajů na výjezdový turismus se liší. Nejvýznamnějším činitelem jsou ekonomicky vyspělé státy, tj. subregion Západní Evropa (okolo 50%), na které navazuje Severní Evropa (30%), Jižní Evropa (15%), Střední a Východní Evropa (10%) a Východní Středomoří Evropy (asi 2%). (Palatková, 2014, s. 116)

1.11.3 Význam turismu v evropské ekonomice

Význam turismu v evropské ekonomice se mění napříč jednotlivými zeměmi. Podle WTTC, která srovnává EU-27 se zeměmi Evropy mimo EU-27, je jednoznačná převaha na straně EU-27 ve všech hlediscích (např. ukazatele tvorby HDP, nezaměstnanosti, kapitálové investice, atd. (Palatková, 2014, str. 117)

Tabulka 1.

TOP DESTINACE 2012 podle počtu mezinárodních příjezdů	Příjezdy (mil.)	Podíl na světových příjezdech (%)	TOP DESTINACE 2012 podle mezinárodních příjmů	Příjmy (mld. USD)	Podíl na světových příjmech (%)
Svět	1 035,0	100,0	Svět	1 075,0	100,0
Evropa	534,2	51,6	Evropa	457,8	42,6
1. Francie	83,0	8,0	1. Španělsko	55,9	5,2
2. Španělsko	57,7	5,6	2. Francie	53,7	5,0
3. Itálie	46,4	4,5	3. Itálie	41,2	3,8
4. Turecko	35,7	3,4	4. Německo	38,1	3,5
5. Německo	30,4	2,9	5. Velká Británie	36,4	3,4
16. ČR	8,9	0,9	17. ČR	7,0	0,7

(Zdroj: Palatková, 2014, str. 117)

1.12 Aktuální problémy mezinárodního cestovního ruchu

1.12.1 Globální problémy a mezinárodní turismus

Průběžným vývojem až do současnosti se cestovní ruch nevyhnul působení určitých problémů. Tyto problémy ovlivnili cestovní ruch jak kvalitativně tak kvantitativně. Spolu propojením s problémy v dalších oblastech lidské činnosti se nejčastěji vyznačují problémy mezinárodního cestovního ruchu. Na druhou stranu i cestovní ruch je původcem některých negativních příčin na prostředí a to hlavně fyzických a sociokulturních. Problémy, které ovlivňují světovou ekonomiku, mají globální charakter a nejčastěji se rozdělují do tří kategorií, a to na problémy intersociální, přírodně-sociální a antroposociální. (Palatková, 2014, s. 240)

1.12.1.1 Globální problémy intersociální

Eliminace nebezpečí světové války, problém ekonomické nevyspělosti rozvojových zemí nebo problém využívání a řízení vědecko-technického pokroku toto jsou hlavní intersociální problémy.

Mírové podmínky jsou jedním z nejdůležitějších aspektů uskutečňování mezinárodního cestovního ruchu. Jde hlavně o fyzickou, ale i mentální bezpečnost účastníků cestovního ruchu. Bohužel ani mírové podmínky ani dostatečná fyzická ochrana nejsou v dnešní době plně zajištěny. Na tomto problému silně závisí poptávka po mezinárodním turismu, která důsledkem tohoto problému může být velmi a náhle ovlivněna.

Řešením problému zaostalosti rozvojových zemí, by mohlo být jejich začlenění do světového exportu služeb cestovního ruchu, který by mohl mít velký význam v podobě přínosů jako je třeba nárůst platební bilance, pozitivní vliv na HDP, zaměstnanost a další. Tento export by však mohl mít pozitivní vliv i na sociální oblasti. Bohužel samotná zaostalost tomuto rozvoji nevyhnutelně brání.

S tímto problémem má spojitost i problém využívání výsledků a řízení vědecko-technického pokroku. Problém spočívá ve špatném rozdělení využívané techniky a technologií v různých regionech ve světě turismu a také subregionech. Tato nerovnoměrnost pak ještě více umocňuje rozdíly mezi vyspělými a zaostalými zeměmi.

Dalším velmi významným rizikem v turismu jsou ekonomické a finanční krize. I ty, ať už regionální či globální mohou velmi významně ovlivnit podobu mezinárodního turismu. (Palatková, 2014, s. 240)

1.12.1.2 Globální problémy přírodně sociální

Ve skupině globálních problémů přírodně-sociálních můžeme najít problémy, jako jsou, racionální využívání přírodních zdrojů, demografické problémy, ekologické problémy, problémy potravinových a výživových zdrojů a v neposlední řadě i problém využití kosmického prostoru. V turismu nejvíce řešeným problémem je právě problém racionálního využívání zdrojů, protože se jedná hlavně o zdroje z přírody, sociální a kulturní zdroje a mnoho dalších. Jde zde hlavně o degradaci, neboli zničení uvedených aktiv. Neřešením tohoto problému může nastat situace, kdy se sníží konkurenceschopnost samotných zemí a může dojít i ke snížení mezinárodních příjezdů. (Palatková, 2014, s. 241)

1.12.1.3 Globální problémy antroposociální

Otázky zabývající se například zdravotní péčí, vzděláním, kulturním rozvojem, urbanizací, rozvojem dopravy, rozvojem informačních a komunikačních technologií atd. Přesně tyto otázky spadají pod problémy antroposociální. Tyto problémy nebývají zaviněny cestovním ruchem, ale naopak se využívá cestovní ruch pro jejich eliminaci či řešení. (Palatková, 2014, s. 241)

1.12.2 Aktuální ekonomické problémy

Pokud si vzpomenete na rok 2008 a 2009, vzpomenete si určitě i na finanční a následnou ekonomickou krizi. Tyto krize velmi závažně postihly právě mezinárodní cestovní ruch. Následkem těchto krizí bylo hlavně výrazné snížení množství příjezdů, ale i nezanedbatelné snížení příjmů z mezinárodního turismu. Díky dynamickému rozvoji některých ekonomik byl však v letech 2010, 2011 a 2012 zaznamenán zlom v podobě oživení nejen světové ekonomiky, ale rovněž i mezinárodního cestovního ruchu.

Musíme si uvědomit, že rozvoj mezinárodního turismu je především odrazem rozvoje světové ekonomiky jako celku a také rozvojem regionů a dalších segmentů.
(Palatková, 2014, s. 241)

Praktická část

1.13 Charakteristika a poloha Krkonoš

V České republice jsou Krkonoše nejznámějším pohořím, ale také nejvyšším, nejnavštěvovanějším a také jsou to jediné hory v Česku s vysokohorským rázem. Nalezneme je v Severovýchodních Čechách, kde hraničí s Polskem. Krkonoše získaly v roce 1963 status Národní park, celým názvem tedy Krkonošský národní park.

Krkonoše se rozkládají na ploše necelých 454 km². Nadmořská výška v Krkonoších se pohybuje v rozmezí od 400 m. n. m. až do 1602 m. n. m. V tomto nejvyšším místě se nachází vrchol nejvyšší české hory Sněžky. Krkonoše se rozkládají na ploše bývalých okresů a to Trutnova, Semil a Jablonce nad Nisou. Krkonoše jsou součástí dvou krajů a to Libereckého kraje a Královéhradeckého kraje. (<https://www.hotely.cz/krkonose/region/>)

1.14 Lokalizační podmínky

Lokalizační podmínky jsou podmínky, které vystihují konkrétní oblast cestovního ruchu a to prozkoumáním přírodních podmínek, kvality a charakteru atraktivit a společenských možností. Tyto podmínky se nejčastěji dělí do dvou skupin. Podmínky přírodního charakteru prozkoumávají obvykle klima, faunu a flóru dané destinace, nebo například přírodní podmínky a atraktivitu. Zato podmínky společenského charakteru se zabývají především kulturně historickými památkami, kulturními zařízeními, nebo sportovními a společenskými akcemi.

1.14.1 Přírodní charakter

1.14.1.1 Klima

Krkonoše se nacházejí těsně nad 50. rovnoběžkou s. š., kde jsou nejvyšším hercynským pohořím. Vytváří přirozený horský val, do kterého již po tisíciletí od Atlantiku naráží studené a vlhké západní větrné proudění. Důsledkem tohoto větrného proudění je velké množství sněhových a dešťových srážek a s tím související nízké teploty. Krkonošské podnebí v porovnání například s Tatrami, nebo Šumavou, lze považovat za chladnější, vlhčí a drsnější. Charakteristické pro počasí v Krkonoších je výrazné střídání ročních období a především to, že tato proměnlivost probíhá v krátkých časových úsecích.

Průměrná roční teplota v Krkonoších se pohybuje okolo +6 °C až 0 °C. Ve větších městech Krkonoš, například v Špindlerově mlýně je průměrná teplota +4,7 °C, v Harrachově +4,9 °C a třeba v Žacléři 6,1 °C. Červenec je v Krkonoších nejteplejším měsícem s průměrnou teplotou 14 °C, na Sněžce je průměrná teplota v tomto měsíci okolo 8,3 °C. Zato nejchladnějším měsícem v Krkonoších je leden, kdy se průměrné teploty pohybují okolo -4,5 °C, na Sněžce až -7,2 °C.

Teplotní inverze je typickým jevem, při kterém dochází k tomu, že v údolích je chladněji, objevuje se zde mlha a nízká oblačnost, zatímco ve vyšších oblastech je slunečno a teplo. V Krkonoších dochází k teplotní inverzi převážně v podzimních a zimních měsících, kdy se obvykle jedná o několik dnů, nestandardně i týdnů. (<http://www.krnap.cz/podnebi/>)

1.14.1.2 Fauna

Krkonošská krajina se dělí do čtyř výrazných vegetačních stupňů, které mají pravděpodobně největší zásluhu na velké prostorové a druhové škále živočichů. Tyto vegetační stupně mají velmi rozmanitou mozaiku vegetačního krytu a také nepřehlédnutelný přesah nad alpínskou hranicí lesa. Díky přírodním podmínkám, ale i částečné zásluze člověka mají Krkonoše poměrně bohaté složení fauny.

Počet živočišných druhů v Krkonoších je obrovský. To dokazuje přes 15 000 druhů bezobratlých živočichů, 1 300 druhů brouků, z nichž je více než 120 druhů střevlíků, 74 druhů měkkýšů, 1 000 druhů motýlů, 428 druhů pavouků, nebo například 20 druhů vážek. Dalšími zde žijícími živočichy je 5 druhů původních ryb, dále pak 11 druhů obojživelníků, 6 druhů plazů, mezi které patří například jediný český jedovatý had zmije obecná. V Krkonoších bylo zaznamenáno 280 druhů ptáků a 76 druhů savců. Překvapivě rozmanité jsou Krkonoše na netopýry, kterých zde žije 20 druhů. (<http://www.krnap.cz/fauna/>)

1.14.1.3 Flóra

Krkonošská flóra se řadí do středoevropské lesní květeny (Hercynicum). Tato Hercynská pohoří jsou význačná tím, že mají značně chudší květenu například oproti alpským a karpatským pohořím. Díky biogeografické poloze zde Krkonoše představují výjimku. Značné zastoupení glaciálních reliktních a endemických druhů naznačuje širokou druhovou rozmanitost, dokonce nejvyšší ze všech okolních středoevropských pohoří.

Zdejší flóra je jako zdejší fauna velmi bohatá. Dělí se do skupin cévnatých rostlin, které zde zahrnují 424 rodů ze 105 čeledí, mechorosty jsou zde zastoupeny 500 druhy, dále tu roste více než 250 druhů lišejníků a přes 1 000 druhů hub. „*Fytocenologové odtud uvádějí 100 rostlinných asociací z 20 vegetačních tříd, 23 vegetačních řádů a 43 vegetačních svazů.*“ (<http://www.krnap.cz/flora-a-vegetace/>)

1.14.1.4 Přírodní atraktivita

Jednou z nejznámějších přírodních atraktivit Krkonoš je pramen Labe na Labské louce. Jedná se o symbolický začátek toku Labe, který je dlouhý 1 154 km, z toho 358,3 km tohoto toku teče přes území České republiky. Pramen řeky se nachází několik set metrů od kamenné skruže, která byla vybudována v roce 1968 v nadmořské výšce 1 386 m. n. m. Na místě kde se nachází skruž, stojí také kamenná zídka, na které je vyobrazeno 26 znaků symbolizujících větší města, kterými Labe protéká, než vyústí do Severního moře.

Nelvehorštěji působícím krkonošským karem je Velká Sněžná jáma, jejíž skalní stěny, vysoké až 200 m jsou téměř svislé. Cenou botanicou lokalitou je Malá Sněžná jáma.

V nadmořské výšce 1 400 m. n. m. se v Krkonoších nachází asi nejrozlehlejší vrchovištní rašeliniště, jehož část se nachází až na území Polska. Porost je zde tvořen nejčastěji v podobě kleče, ale můžeme zde najít i faunu a flóru z doby ledové, nebo třeba rašelinná jezírka.

Obří důl je oblast Krkonoš, která je velmi hojně navštěvována, ale málo kdo ví, že zde ve středověku probíhala těžba kovů, nebo že se zde nacházejí botanicky velmi významná místa a to Krakonošova a Čertova zahrádka. Obří důl je údolí od úpatí Sněžky až k Peci pod Sněžkou a je ledovcového původu.

Stejně jako Obří důl i Labský důl je ledovcového původu. Toto údolí je dlouhé 8 km a nalezneme jej mezi Labskou boudou a Špindlerovým mlýnem. Kromě mnoha skalnatých útvarů zde můžeme nalézt zejména dva nejznámější Krkonošské vodopády a to Labský vodopád a Pančavský vodopád. Celé toto údolí je možné projít po značených turistických cestách. (<http://www.visitkrkonose.cz/cz/prirodni-zajimavosti-krkonos/23/>)

1.14.2 Společenský charakter

Společenský charakter je nejčastěji tvořen historickými památkami a společenskými akcemi. Níže budou vyjmenovány nejznámější historické památky, dále

nejpopulárnější společenské akce a také akce, které se odlišují svou opakovatelností a tradicí.

1.14.2.1 Historické památky

1.14.2.1.1 Důl Kovárna

Již z doby středověku jsou zmínky o dole v Obřím dole, který se nazývá Kovárna. Jako první sem v dávných dobách začali přicházet hledači drahých kamenů a zanedlouho po nich i horníci. Za velmi těžkých podmínek zde dobývali rudu, a to i přes velkou náročnost a mnohdy i za cenu ztráty svého dobrého a pevného zdraví. V dnešní době nalezneme v dolech místo horníků už pouze turisty, kteří sem jezdí za novými zážitky, kterými může být právě prozkoumání starých důlních cest. (<https://www.region-krkonose.cz/turisticke-zajimavosti/pamatky/dul-kovarna/>)

1.14.2.1.2 Dělostřelecká tvrz Stachelberg

V letech 1935 – 1938 byla mezi Trutnovem a Žaclěrem na vrcholu terénního hřbetu nad vesnicí Babí zbudována dělostřelecká tvrz Stachelberg. Za hlavní úkol měla sloužit jako dělostřelecká tvrz československého pevnostního systému. Ačkoli k jejímu úplnému dokončení nikdy nedošlo tak zde můžete najít několik menších bunkrů a jednu velkou pevnost. Od devadesátých let je zde tvořeno muzeum československého opevnění. Toto muzeum má tři expozice, vojensko-historickou expozici, podzemní pevnost a vyzbrojený objekt lehkého opevnění. (<https://www.region-krkonose.cz/pamatky/delostrelecka-tvrz-stachelberg/>)

1.14.2.1.3 Labská přehrada

Tato přehrada, byla postavena v letech 1910 – 1914 a hlavním důvodem pro její výstavbu byla ochrana četných okolních vesniček před záplavami, které způsoboval tající sněh. Plocha, které Labská přehrada dominuje je 40 ha a její délka je jeden kilometr. Nalézt ji můžeme na toku Labe u jižního okraje Špindlerova Mlýna. Dodnes je přehrada využívána pro zachycení vody z tajícího sněhu a to hlavně ve střední části Krkonoš. Kvůli strmosti břehů není možné se v přehradě koupat. Díky 120 m dlouhému silničnímu mostu je možné k této stavbě dojet autem a to přes celý rok. (<https://www.region-krkonose.cz/pamatky/labska-prehrada/>)

1.14.2.1.4 Harrachovská hrobka sv. Kříže

Stavba hrobky sv. Kříže započala již roku 1840 a vysvěcena byla o 30 let později v roce 1870. Tuto hrobku můžeme nalézt v Krkonošské vesničce, která se nazývá Horní Branná, kde mimo jiné můžeme navštívit také Zámek Horní Branné. Hrobka hrabat z Harrachu dnes slouží jako obřadní síň. Protože se jedná, ale hlavně o hrobku lze zde v podzemí nalézt kryptu, která dodnes uchovává ostatky harrachovského rodu. Zajímavostí je, že stěny této krypty jsou obloženy černým mramorem. (<https://www.region-krkonose.cz/pamatky/harrachovska-hrobka-sv-krize/>)

1.14.2.1.5 Zvědavá ulička

Soubor staveb lidové architektury, kterou tzv. zvědavá ulička je, se nachází ve městě Jilemnici, přesněji asi 200 m od náměstí. Většina domů, které tvoří tuto uličku, jsou z doby po roce 1788. V této uličce je každý dům vždy o jednu okenní osu blíže do ulice než předcházející dům, čímž dochází k zužování ulice, tak že obyvatelé těchto domů měli možnost vidět přímo na hlavní třídu a tak přesně věděli co se tam právě děje, od toho název zvědavá ulička. Domy v této uličce jsou ojedinělé tím, že mají ozdobně pobíjené lomenice. A to dokonce tak, že nikde v Krkonoších a Podkrkonoší více zdobené lomenice nenaleznete. V této uličce také stojí za povšimnutí Šaldův roubený dům, nebo například socha sv. Jana Nepomuckého. ([6] Louda, 2006); (<https://www.region-krkonose.cz/pamatky/zvedava-ulicka-jilemnice/>)

1.14.2.2 Kulturní akce

Krkonoše jsou velké turistické centrum v České republice a tomu odpovídá i celoročně nabitý kalendář akcí v Krkonoších i Podkrkonoší. V této kapitole budete seznámeni s několika akcemi, které se chystají na zimní i letní sezónu v Krkonoších.

1.14.2.2.1 Zimní sezóna

Dlouhou historii v Krkonoších má již tradiční Ledová jízda – Memoriál Dr. Václava Vojtěcha, které se letos konal již 26. ročník. Název této jízdy slouží jako vzpomínka na Dr. Václava Vojtěcha, který byl prvním Čechem, který stanul na Antarktidě a to roku 1929. Jedná se o speciální týmový závod, na který se sjíždí závodníci nejenom z krajů České republiky. Závodní tým je zde tvořen lyžařem, psím spřežením a v čele tohoto spřežení je musher. Lyžař zde může být přichycen k sáním, nebo může jet samostatně, ale jediné co je zakázáno, aby byl lyžař tažen psem, neboli provozovat tzv. skijöring. Závodníci startují v několika vlnách hromadného startu. Zvláštností tohoto závodu je že se jede večer, tedy

po tmě. Již tradičně se tento závod koná v druhé polovině února a to v obci Dolní dvůr, kde je star a zároveň i cíl závodu. (<http://www.ledovajizda.cz/>)

Akce, která rozhodně stojí za zmínku je i Jilemnická 50. Jedná se o 50 km dlouhý závod na běžkách, který se letos konal již 11. rokem. Jak sám název napovídá, závod se uskutečňuje v Jilemnici, která se dá považovat za „kolébku českého lyžování.“ Přesněji se závod jede na Horních mísečkách a to pravidelně na konci ledna. (<http://www.skijilemnice.cz/web/jilem-50>)

1.14.2.2.2 Letní sezóna

Krkonoše jako české nejznámější a také nejnavštěvovanější pohoří nezaostává v trendech a proto i zde se letos bude konat již 8. série „extrémních“ běhů Rock Point 2018 – Horská výzva. Jedná se o každoroční seriál 5 závodů z nich právě ten pátý, tedy finálový se bude v druhé polovině září konat v Krkonoších, přesněji v Peci pod Sněžkou. Tento závod bude rozdělen do tří typů náročností, short trasa je dlouhá 16 km, half 33 km a long má 65 km. Náročnost si volí každý závodník sám. (<http://www.horskavyzva.cz/>)

Pokud jste v této kapitole nabili dojem, že v Krkonoších se pořádají pouze sportovní akce, nenechte se mýlit. V Krkonoších také můžete navštívit muzea, výstavy a divadla. To, že Krkonoše nejsou pouze o sportování, dokazuje i letošní 21. ročník Krkonošských pivních slavností, které se konají začátkem srpna ve Vrchlabí na náměstí T. G. Masaryka. Můžete se těšit nejenom na nespočet druhů piv, ale také na bohatý doprovodný program. Tato akce myslí i na ty nejmenší a bude zde k dispozici i rozsáhlý dětský park. (<http://www.krkonosskepivnislavnosti.cz/>)

1.14.2.2.3 Pravidelně se konající akce

Každý rok se v Krkonoších pořádá mnoho akcí, ale pouze zlomek z těchto akcí má opravdu dlouhodobou tradici. Touto dlouholetou tradicí je v Krkonoších každoroční příjezd Krakonoše a přivítání jara. Například v Harrachově se letos bude konat dokonce 71. ročník příjezdu Krakonoše. Dalším místem kde se můžete zúčastnit této akce je například Aldrov ve Vítkovicích. Hlavním cílem této události je rozloučení se zimní sezónou a přivítání přicházejícího jara. Program bývá každý rok více než zajímavý a samozřejmě nesmí chybět každoroční přehlídka masek, které Krakonoše při této příležitosti doprovázejí. Této akce se již tradičně můžete zúčastnit a to na konci března.

Další pravidelně se opakující akcí je Špindlerovské otevírání léta, tento den je vždy plný zábavy a turistiky. Den konání této události připadá na konec května, a jak sám název napovídá, koná se přímo ve Špindlerově Mlýně. (<http://www.hory-krkonose.cz/udalosti/>)

1.15 Selektivní faktory

Selektivní faktory, mezi tyto faktory se řadí například úroveň urbanizace, sociální předpoklady, ekologické předpoklady a politické předpoklady. Všechny tyto faktory poukazují na vznik a možnost rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci. Tato kapitola rozebere tyto faktory z ekonomického, demografického a ekologického pohledu.

1.15.1 Demografické faktory

Krkonoše se nacházejí na území dvou krajů a to Královéhradeckého a Libereckého. Hranice těchto dvou krajů procházejí v ose přes pramen Labe, dále Horní Mísečky, Žalý a přes Horní Brannou. Z tabulky, která se nachází v příloze této práce lze vyčíst, že více Krkonošských obcí spadá do Královéhradeckého kraje, přesněji 36, z Libereckého kraje se 29 obcí nachází na území Krkonoš. V Krkonošském národním parku se celkový počet obyvatel pohybuje okolo 26 700 lidí. Vyplyvající hustota zalidnění v KRNAP je 48,7 obyvatel/ha. (<http://vejacv.albums.cz/krkonosky-narodni-p/krkonose-v-datech.html>)

Analýzou Krkonoš jako celku, tedy většiny měst a obcí, lze spočítat přibližný celkový počet obyvatel Krkonoš, který se k 1. 1. 2018 pohybuje okolo 130,3 tisíc lidí. V porovnání s rokem 2011 se tento počet snížil přibližně o 3 tisíce lidí. Z nalezených údajů lze vypočítat strukturu zdejšího obyvatelstva, která je v průměru tvořena přibližně 50,86 % muži a 49,14 % ženami. Pro eliminaci možných výkyvů díky velkým městům jsou dostupné přibližné mediánové hodnoty a to 50,9 % mužů a 49,1 % žen. Další rozdělení struktury obyvatel tvoří procentuální hodnoty počtu obyvatel Krkonoš mladších 15 let. Průměrný počet obyvatel, kteří jsou mladší 15 let je v Krkonoších okolo 17,4 % a hodnota mediánu je 17 %. (<https://www.mistopisy.cz/>)

1.15.2 Ekonomické faktory

Do roku 1989 byla v Krkonoších hojně zastoupena tradiční průmyslová odvětví. Mezi tyto odvětví patřil hlavně textilní průmysl, strojírenský průmysl, dřevozpracující průmysl a elektrotechnický průmysl. V roce 1989 ale nastalo období tzv. transformační recese, neboli došlo k tržní transformaci. V důsledku této transformace byla většina

podniků těchto odvětví nucena mnohonásobně snížit výrobu, nebo dokonce výrobu úplně ukončit, čímž došlo ke značnému poklesu produkce a ke zvyšování nezaměstnanosti v Krkonoších.

V období po roce 1989 však nastal zvrát v rozvoji ekonomiky a nastal značný rozvoj cestovního ruchu v Krkonoších. A následkem toho do Krkonoš proudilo velké množství investic, převážně ze zahraničí. Tyto investice mířili hlavně do spádových oblastí na rozvoj různých druhů průmyslů.

Krkonošský region je poměrně podnikatelsky aktivní. Vnitřní Krkonoše a spádové oblasti zaznamenávají malé počty drobných podnikatelů bez zaměstnanců, ale je zde prokazatelně více malých a středních podniků. V měřítku regionální ekonomiky jsou v největším počtu zastoupeny střední a velké podniky, což má za výhodu větší stabilitu ekonomiky a větší odolnost vůči ekonomickým výkyvům.

Z hlediska zaměření odvětví jsou Krkonoše velmi diferencované. Hlavní turistická centra se nachází ve vnitřní části Krkonoš, proto lze říci, že vnitřní Krkonoše jsou velmi blízce spjaty s cestovním ruchem. Podniky cestovního ruchu tvoří bezmála 40% ze všech ekonomických subjektů a jejich spoluúčasť na zaměstnanosti vnitřních Krkonoš tvoří okolo 20%. I přesto je zaměstnanost vnitřních Krkonoš tvořena převážně průmyslem a to 22%.

Spádové oblasti a vnější oblasti Krkonoš jsou převážně tvořeny průmyslem, také těžbou dřeva a lesnictvím. Podíl těchto oborů je vyšší než tento průměr v Libereckém i Královéhradeckém kraji, čímž je ukázána důležitost těchto oborů pro ekonomiku Krkonoš a trh práce. (Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoš, 2012)

1.15.3 Ekologické faktory

V Krkonoších tvoří velkou část KRNAP, který je zde již od roku 1963, čímž se stal nejstarším národním parkem v České republice. Tento národní poklad je rozdělen do zón a to konkrétně do tří. Každá ze zón má navržený svůj konkrétní způsob ochrany.

- (I.) zóna KRNAP je přísně přírodní a vztahuje se na nejvýše položené části našeho pohoří
- (II.) zóna KRNAP je tzv. řízená přírodní a navazuje na I. zónu a zároveň navazuje na lesní pás alpínské vegetace
- (III.) zóna KRNAP je okrajová, navazuje na II. zónu a táhne se středními a nižšími částmi Krkonoš

Správa KRNAP řeší ekologické problémy a zároveň se jim snaží předcházet stanovením určitých cílů, které zamezí, nebo alespoň zpomalí škodlivě působící faktory na přírodní prostředí Krkonoš. Konkrétními cíli mohou být například opatření pro snižování vlivu emisí, znovuoživení lesního porostu a navrácení původních dřevin do Krkonoš, správné řízení a rozhodování o velmi cenných druhotných ekosystému jako jsou například horské louky, nebo pečlivá ochrana všech živých i neživých prvků a to nejenom těch nejcennějších.

Krkonoše nezískali pouze statut národního parku, ale v roce 1992 se stali biosférickou rezervací UNESCO, což znamená, že ochrana Krkonošské přírody není pouze národním cílem, ale i významným světovým cílem.

Mezi konkrétní environmentální rizika v Krkonoších patří ohrožení členitého terénu v důsledku erozí půdy, vodní i větrnou. Nynější protierozní opatření se jeví nedostačujícími. V průmyslových a zemědělských oblastech je stále velmi aktuální ochrana proti možnému znečištění podzemní vody, ačkoli nejsou v Krkonoších zdroje podzemní vody nijak vydatné. Další riziko, které by zde mohlo nastat, je sesuv a poddolování půd v důsledku historických důlních aktivit v Krkonoších. (Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše, 2012)

1.16 Realizační podmínky

Jedná se o podmínky, které tvoří zázemí cestovního ruchu. Může se jednat například o ubytovací zařízení, o jeho úroveň, možnosti ubytování a kapacitu ubytovacích zařízení v Krkonoších. Dále se může jednat o stravovací zařízení, o kapacity, možnosti a úroveň stravování v Krkonoších a v neposlední řadě se sem řadí i sportovní zařízení, jaké jsou v Krkonoších sportovní možnosti, na jaké úrovni a s jakou kapacitou.

1.16.1 Ubytovací zařízení

Jedna z nejdůležitějších součástí cestovního ruchu je ubytovací zařízení. Ubytovacích zařízení se z údajů Českého statistického úřadu z roku 2016 v Krkonoších nachází celkem 968 s celkovou kapacitou 43 219 lůžek. Dále se v Krkonoších nachází také 1 729 míst pro stany, či karavany.

Zaměřením se na strukturu ubytovacích zařízení v této destinaci zjistíme, že se dělí do 7 skupin. První skupinou jsou hotely v Krkonoších, které jsou zde rozděleny podle počtu hvězdiček, tedy od těch s jednou hvězdičkou, až po ty nejluxusnější pětihvězdičkové

hotely. Celkový počet těchto hotelů je v Krkonoších 191, toto číslo však nezahrnuje druhou skupinu ubytovacích zařízení a to typ hotelů garni, tedy hotely, ve kterých se podává pouze snídaně a menší občerstvení během dne, těchto hotelů je v Krkonoších 5. Třetí skupinou ubytovacích zařízení jsou penziony, ty jsou v Krkonoších nejčastějším typem ubytování a to hlavně kvůli jejich velkému počtu celkem 414 penzionů. Čtvrtá skupina jsou kempy, kterých je v Krkonoších 20, Chatových osad se zde nachází 7, dále je tu 50 turistických ubytoven a poslední skupina zastupuje ostatní typy ubytování, kterých je celkem 281.

Návštěvnost těchto ubytovacích zařízení činila v roce 2016 celkem 1 012 917 hostů, s množstvím přenocování 3 701 629, z těchto údajů vyplývá, že průměrná doba přenocování v Krkonoších činila 3,65 noci. (https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr)

1.16.2 Stravovací zařízení

Krásná příroda, velké množství aktivního vyžití, velký výběr ubytovacích zařízení, to vše a také široké spektrum možností stravování v Krkonoších zajišťuje spokojenou dovolenou v této destinaci. Mezi tyto stravovací možnosti patří restaurace, hostince, bufety, ski-bary, pizzerie, kavárny a bistra.

Restaurací je v Krkonoších a Podkrkonoších přes 230. Tyto restaurace a hostince nabízejí kromě klasických pokrmů a minutek také Krkonošské speciality, České speciality a také zážitkovou gastronomii, která je v dnešní době velmi populární. Co se týká bister, bufetů a ski-barů, tak ty se vyskytují převážně v blízkosti sjezdovek, cyklotras a turistických tras a slouží pro menší občerstvení turistů a návštěvníků. Zařízení jako jsou pizzerie a kavárny zde naleznete již v menším zastoupení, na kavárnu však narazíte častěji než na pizzerii, konkrétně pizzerie v Krkonoších se dají spočítat na prstech jedné ruky. (<https://www.restu.cz/krkonose/>)

1.16.3 Sportovní zařízení

Hlavními důvody pro návštěvu Krkonoš je samozřejmě krásná příroda a všechny její atraktivity v této destinaci, ale hlavně možnosti sportovního vyžití. Tyto sportovní aktivity budou nyní dále prozkoumávány a blíže vysvětleny v jednotlivých skupinách.

1.16.3.1 Zimní sezóna

Zimní sezóna je nejčastěji řazena do období mezi koncem listopadu a začátkem dubna. Délka tohoto období závisí nejvíce na počasí, které je v Krkonoších velmi proměnlivé.

Nejoblíbenější zimní sportovní aktivitou v Krkonoších je jízda na lyžích, snowboardech nebo třeba běžkách. Pro jízdu na lyžích či snowboardu můžete v Krkonoších využít okolo 40 ski areálů a v nich desítky kilometrů sjezdovek. (<https://www.region-krkonose.cz/aktivni-vyziti/lyzovani/>)

Dalším velmi oblíbeným zimním sportem je jízda na běžkách. Naše nejvyšší hory Krkonoše nabízejí k běžkování naprosto ideální podmínky, můžete zde zdolávat mnoho kilometrů nejenom po hřebenech hor, ale i v okolí. Krkonoše nabízejí stovky kilometrů připravených běžeckých tratí, o velké škále obtížností a délek. Tyto stovky kilometrů, konkrétněji okolo 500 kilometrů tratí, jsou rozděleny přibližně do 15 běžkařských tras. (<https://www.region-krkonose.cz/aktivni-vyziti/na-bezky/>)

1.16.3.2 Turistika

Sport pěší turistika je v Krkonoších již tradicí. Krkonoše nabízejí návštěvníkům až tisíce kilometrů upravených a značených turistických cest. Tyto cesty jsou pro všechny typy pěší turistiky, od lehčí náročnosti až po velmi obtížné výšlapy horským terénem. Tyto cesty jsou dále rozděleny podle délky těchto tras. Díky této velké škále obtížností a délek je pěší turistika vhodná pro zdatné sportovce, občasné turisty či rodiny s dětmi. (<https://www.region-krkonose.cz/aktivni-vyziti/turisticke-trasy-naucne-stezky/>)

1.16.3.3 Lezecký sport

Lezecký sport se stává velmi populárním adrenalinovým sportem. Ani v Krkonoších zastoupení tohoto sportu nechybí, ale s jistým omezením. V Krkonoších je zákonem zakázané horolezectví na území KRNAP. Výjimku tohoto zákona tvoří Hnědé skály, Hranostají skála, Emin kámen, Čížkovy kameny a Lubošské skály. Tyto cvičné plochy jsou dostupné pro horolezce během celého roku, ale pouze od východu do západu slunce. (<https://www.region-krkonose.cz/aktivni-vyziti/lezeni/horolezectvi-krkonose/>)

1.16.3.4 Cykloturistika

Ačkoli jsou Krkonoše nejvyššími horami v České republice i zde je možnost cykloturistiky. Cyklistických tras a stezek je pro horskou cyklistiku v Krkonoších vytvořeno 27. Cyklotrasy jsou tvořeny systémem okruhů nebo se jedná o cílové cyklotrasy, které Vás dovedou na velmi zajímavá místa Krkonoš. Jizersko-Krkonošská magistrála, která spojuje dvě velká města, kterými jsou Harrachov a Žacléř, je v Krkonoších hlavní cyklistickou cestou, celá tato cesta je 71 km dlouhá. Převážná většina těchto tras a stezek se nachází ve III. zóně Krkonošského národního parku, jen několik cyklostezek vede přes II. a I. zónu KRNAP. Většina těchto cyklistických tras má společné jedno, to že jsou propojeny s dálkovou, silniční trasou, která spadá do systému KČT. V Krkonoších samozřejmě vede velké množství tras a stezek, ze kterých si vybere každý požadovanou, nebo zvládnutelnou náročnost a délku trasy. (<https://www.region-krkonose.cz/aktivni-vyziti/cyklotrasy/>)

1.16.4 Dopravní infrastruktura

Stejně jako do zbytku České republiky i do Krkonoš je možné cestovat třemi nezběžnějšími způsoby. Na výběr máte z možností jet autem, autobusem nebo vlakem. Pokud jde o jízdu autem, nejčastější cestou, kterou návštěvníci volí je cesta přes Mladou Boleslav, Jičín, Novou paku a dále do centrální části hor, kde se nachází například Vrchlabí, nebo Špindlerův Mlýn. Pokud je cílem cesty Pec pod Sněžkou, Janské Lázně, nebo Žacléř tak výše popsaná cesta je rovněž vhodná. Pokud má cesta, jež má za cíl destinaci Krkonoše počátek v západních Čechách, pak nejvhodnější cesta vede přes Liberec, Jablonec, Tanvald a dále po magistrále směrem na Jilemnici, Vrchlabí, Trutnov aj. Z východní, nebo jihovýchodní části České republiky je nejčastěji volena přístupová trasa do Krkonoš přes Hradec Králové a Trutnov. Ačkoli je cesta do Krkonoš autem považována za nejpohodlnější, někdy i za nejrychlejší, tento druh dopravy také nejvíce zatěžuje životní prostředí Českých nejnavštěvovanějších hor. (<http://www.ergis.cz/krkonose/>)

Dostupnost autobusovou dopravou je v Krkonoších poměrně na dobré úrovni. Nejčastější spoje do Krkonoš odjíždějí z Prahy a Hradce Králové, avšak i z ostatních větších měst jako je Ostrava, Brno či Ústí nad Labem jezdí alespoň jednou denně přímé spoje do Krkonoš. Díky dobré dopravní síti se dostanete do většiny Krkonoš bez větších obtíží. Tato dopravní síť vede například přes Hostinné, Vrchlabí, Trutnov, Vysoké nad Jizerou, Harrachov, Horní Brannou, Jilemnici, Vítkovice aj. Největšími dopravci, kteří

zajišťují autobusovou dopravu do Krkonoš, jsou IDOL a OREDO, tedy Integrovaný dopravní systém Libereckého kraje a Integrátor regionální dopravy z Hradce Králové. (<http://www.busline.cz/>)

Do Krkonoš je rovněž možnost dostat se vlakem, ale tato možnost je málo využívaná kvůli své náročnosti a to jak organizační tak časové. Cestu vlakem do Krkonoš komplikuje velké množství přestupů a také velmi dlouhá doba strávená na cestě. I přes tyto nevýhody lze dojet do konečných stanic v Harrachově, Rokytnici, Vrchlabí, Svobodě nad Úpou a Trutnově. (<http://www.ergis.cz/krkonose/>)

1.17 Turismus v Krkonoších

Turismus v Krkonoších je hodnocen například návštěvností, složením návštěvníků, průměrnou dobou pobytu návštěvníků, průměrnou částkou, kterou za den v Krkonoších přibližně utratí a mnohé další ukazatelé přispívají k vyhodnocení úrovně cestovního ruchu v Krkonoších.

1.17.1 Léto

V letní sezóně jsou Krkonoše z pohledu Českých turistů 7. nejatraktivnějším místem pro dovolenou, či výlet. Ročně navštíví Krkonoše 5 až 6 milionů návštěvníků. Tím se stávají nejnavštěvovanějším místem České republiky, ale také střední Evropy. V rozmezí let 2000 až 2010 se počty návštěvníků Krkonoš snižovali, ale v posledních letech se počty návštěvníků opět pomalu zvyšují. Většina návštěvníků Krkonoš jsou z tuzemska, menší část tvoří zahraniční turisté, kteří přijíždí převážně z Ruska, Německa, Polska, ti zde však v průměru utratí o čtvrtinu více než tuzemští návštěvníci. Tento postupný nárůst mají za následek nižší náklady a rozhodnutí jezdit na více, ale kratších dovolených, jako jsou například prodloužené víkendy nebo dovolená na 3-4 dny. Další důležitou informací k letní turistické sezóně v Krkonoších je, že více jak polovina návštěvníků Krkonoš přijíždějí z okruhu 100 a více km vzdálených míst, většina přijíždí s přáteli, rodinou nebo partnerem a to hlavně vlastním automobilem. Dále se návštěvníci dělí do tří skupin podle počtu dnů, které chtějí v Krkonoších strávit. Největší podíl, tedy více jak polovina návštěvníků zůstává v Krkonoších od 3 do 7 dnů a přibližně třetina všech návštěvníků přijíždí pouze na jeden den bez přenocování. Hlavním důvodem pro strávení dovolené v Krkonoších bývá nejčastěji obdivování přírody, pěší turistika, ale hlavně sportovní vyžití a relaxace. Nejčastěji využívaným typem ubytování bývají penziony nebo tříhvězdičkové hotely. Co

se týká zdejších stravovacích zařízení, jsou využívány 79% návštěvníků, ti průměrně za jeden den v Krkonoších neutratí více než 1 000,- Kč. Čtyři pětiny návštěvníků jsou pravidelní návštěvníci, kteří se plánují do Krkonoš opět vrátit. ([7] Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše, 2012)

1.17.2 Zima

Krkonoše v zimní sezóně jsou na žebříčku atraktivity regionů na prvním místě v hodnocení tuzemskými turisty. I v zimě přijíždí většina návštěvníků Krkonoš z míst vzdálených více než 100 km. V průměrné době strávené v Krkonoších se odráží lyžařská sezóna a to tím, že pouhé dvě pětiny návštěvníků zůstávají od 3 do 7 dnů, za to okolo 37% návštěvníků zde setrvá pouze na jeden den bez přenocování. Pokud se návštěvníci rozhodli pro pobyt s přenocováním, nejčastějším zařízením, které využili, byly stejně jako v letní sezóně penziony nebo hotely střední třídy. Obdobně jako v letní sezóně i v té zimní je nejčastějším dopravním prostředkem automobil a nejčastějším doprovodem návštěvníka jsou buď přátelé, nebo partner či partnerka. Hlavní atraktivitou v zimě je v Krkonoších lyžování, běžkování, turistika a ostatní zimní sporty. Stravovací zařízení v zimní sezóně využilo přes 90 % turistů a minimální utracená částka na osobu za den se pohybovala okolo 500,- Kč. ([7] Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše, 2012)

1.18 Výzkum

1.18.1 Dotazníkové šetření

Pro zjištění spokojenosti návštěvníků a klientů Krkonoš a ke zhodnocení služeb v této destinaci, je k této práci připojeno dotazníkové šetření. Toto šetření má za cíl zjistit a vytvořit základní přehled v nabízených a využívaných službách v Krkonoších. Tento dotazník je tvořen celkem 21 otázkami, které se zaměřují na základní informace týkající se důvodu pobytu, délky pobytu, průběhu pobytu a dalších obecných informací. Tento dotazník byl po celou dobu jeho aktivity dostupný na sociálních sítích a také byl rozeslán pomocí e-mailu konkrétním osobám, které zastupují široké spektrum sociálních skupin. Dotazník byl pro možnost vyplnění aktivní 14 dní.

1.18.2 Nové možnosti

Cílem této práce je přinést do dané destinace nový turistický přínos. Tento přínos bude v podobě dvou návrhů na výlety v této destinaci. První návrh bude pro širokou škálu návštěvníků bez ohledu na věk, pohlaví či sportovní zdatnost. Tento nový návrh s názvem „Jako filmová hvězda“ by mohl mít dvojí využití. Může sloužit například jako cíl návštěvy Krkonoš, nebo může jít o pouhé zpestření či inspiraci při delší dovolené trávené v Krkonoších. Oproti tomu druhý okruh bude spíše pro sportovní nadšence a aktivní část návštěvníků, tato trasa bude obsahovat sportovní a adrenalinové aktivity.

1.18.2.1 Jako filmová hvězda

První místo k navštívení je po stopách známé české komedie „Jak vytrhnout velrybě stoličku,“ která se z velké části odehrává právě v Krkonoších. V tomto filmu se děj odehrává na třech chatách.

Horská chata, která se zde objevuje jako první, je chata Sněhurka, do které přijíždí Vašek se svojí maminkou na prázdniny. V dnešní době je tato chalupa po velké rekonstrukci, dnes byste jí našli pod názvem hotel Olympie, který má tři hvězdičky.

Další část děje se odehrává na chalupě horské služby, kde pracuje Luboš, otec Vaška, který o tom, ale ještě neví. Tato chalupa se jmenovala, a stále jmenuje Dias, ačkoli se povídá, že v této horské boudě opravdu horská služba byla, není to pravda. Dnes je z chaty Dias prostorná rekreační chalupa, kterou byste mohli najít asi v nejkrásnějším údolí Krkonoš.

Poslední děj, který se odehrává v tomto filmu v Krkonoších je natáčen na Martinově Boudě, kde nakonec tráví zimní prázdniny celá rodina pohromadě. Kromě natáčení tohoto filmu je však Martinova bouda známá ještě tím, že se zde narodila jedna z nejznámějších českých tenistek Martina Navrátilová, která právě po této boudě dostala jméno.

Všechny tyto chalupy pojí kromě natáčení známé komedie také to, že se nacházejí ve Špindlerově Mlýně na Svatém Petru a že jsou i dnes stále v provozu a turisté, kteří si tento film z roku 1977 chtějí připomenout, mají možnost se v některém z těchto zařízení ubytovat.

Pokud si vzpomenete na další českou komedii, kterou „Snowboardáci“ určitě jsou, vybavíte si nejspíše chatu na, které hlavní postavy Jáchym a Rendy bydleli u svého strýce. Tato chalupa se jmenovala Inka, bohužel dnes byste ji bohužel na místě, kde při natáčení stála, nenašli. Místo této chalupy na adrese ve Špindlerově Mlýně – Svatý Petr č. p. 71

dnes stojí luxusní apartmány. I přesto, pokud se rozhodnete ve Špindlerově Mlýně strávit den, nebo alespoň pár chvil, filmové záběry se Vám vybaví skoro na každém rohu tohoto města. A to již při příjezdu po Vrchlabské ulici, po které přijel i autobus s Jáchymem a Rendym. Pokud se do Špindlerova Mlýna vydáte v zimním období, konkrétně do skiareálu Svatý Petr, můžete si zajezdit na lyžích či snowboardu na stejných svazích jako hlavní postavy, nebo se následně můžete občerstvit ve stejném bufetu u sjezdovky. Pokud si na závěr vybavíte scénu, kdy pes Mazlík skočil do korby právě odjíždějícího auta, tak i tato scéna byla natočena v ulicích Špindlerova Mlýna.

Pokud se Špindlerův Mlýn neřadí mezi místa, která byste rádi navštívili tak další, velmi známý film Vás pozve do Pece pod Sněžkou. V Peci pod Sněžkou byly natočeny filmy „Sněženky a Machři“ a také pokračování příběhů hlavních postav „Sněženky a Machři po 25 letech.“

V případě, že do Pece pod Sněžkou zavítáte v zimní sezóně, můžete se zde svést na všech sjezdovkách, které se v obou filmech objevily, například Javor I., Zahrádky I. a Zahrádky Express. Občerstvovací zastávku si můžete udělat třeba ve skibaru, který se nachází na sjezdovce Zahrádky Express, kde se ve filmu „Sněženky a Machři po 25 letech“ hlavní postava Viki Cabadaj opil a pan profesor Karda ho musel odvézt na chalupu.

Samozejmě i v letních měsících můžete na tyto filmy v Peci pod Sněžkou zavzpomínat a to rovnou při nákupu ve zdejší samoobsluze, ve které nakupoval i pan profesor Karda, nebo nad šálkem dobré kávy či čaje, v restauraci Enzian, ve filmu v cukrárně ve které profesor Karda nachytal Cabadaje a spol. pít rum.

Stejně jako studenti druhého ročníku gymnázia, i vy se můžete ubytovat na chalupě „Smetánka,“ která nabízí ubytování přes celý rok jak pro rodinné tak skupinové pobyty. Tato chalupa se nachází v Peci pod Sněžkou a to konkrétně na úpatí Liščí hory ve výšce 935 m. n. m. (<https://filmovamista.cz/>)

Pokud by Vám na těchto zastávkách vyhládlo, měli byste určitě vyzkoušet Krkonošské speciality, jakými jsou například Krkonošské „sejkory,“ šklubánky, kynuté borůvkové knedlíky, nebo špecle s uzeným masem, zelím a osmaženou cibulkou. Na tyto Krkonošské delikatesy se můžete vypravit třeba ve Špindlerově Mlýně do České hospody, kterou naleznete v ulici Lyžařská, nebo do Restaurace u Medvěda v Bedřichově na kraji Špindlerova Mlýna. V Peci pod Sněžkou je vyhledávaná restaurace Richtrový boudy, i zde naleznete v jídelníčku Krkonošské speciality. (<https://www.tripadvisor.cz/Restaurants>)

1.18.2.2 Adrenalin v krvi

Tento inovativní návrh jak strávit dovolenou v Krkonoších aktivním způsobem se skládá ze šesti míst. Stejně jako předchozí návrh i tento model lze použít jako inspiraci, na místa, která chcete navštívit, nebo lze tyto místa zvolit za hlavní cíl Vaší návštěvy Krkonoš. Pořadí, ve kterém můžete tyto aktivity navštívit, je libovolné. Zde budou místa seřazeny podle plánu na nejsnadnější přemísťování a zároveň s ohledem například na otevírací doby těchto míst, abyste se nikde nesetkali třeba se zamčenými dveřmi.

První aktivitou, je cyklistický výlet, který začíná a končí v Žacléři na náměstí. Jedná se o jednu z nejobtížnějších cyklistických tras, kterou můžete v Krkonoších absolvovat. Trasu je dlouhá 21,6 km a převýšení, které během cesty dosáhnete je 730 m, podle cyklistického průvodce Krkonošemi se jedná o obtížnou trasu, která je vhodná pro absolvování na horském kole. Začátek této trasy je v Žacléři na náměstí, odtud se jede k rozcestníku směrem k hotelu Ozon, z tohoto rozcestí pokračuje trasa směrem na Vízov, k boudě Hubertus po modré turistické značce, po příjezdu k této boudě zvolíte směr tentokrát po zelené turistické značce směrem na Rýchorský kříž a Kutnou. Po příjezdu na Kutnou, která se mimochodem nachází v nejvýchodnější části Krkonoš, budete pokračovat dále směrem na Bystřici a následně na Březovou horu odkud se po Vernířovické trase vydáte směrem na Žaclěř, kde Vaše cesta na náměstí končí. (Výlety na kole, 2009)

Na další místo se musíme vydat v Krkonoších na západ od Žaclěře. Toto místo bylo otevřeno teprve v minulém roce, takže ho většina příznivců Krkonoš hodlá v letošním roce navštívit. Jedná se o Stezku korunami stromů v Krkonoších, která je obdobou Stezky korunami stromů na Lipně. Tuto stezku naleznete v Janských Lázních a stezka je v provozu přes celý rok, pouze s drobnými změnami otevírací doby. V hlavní sezóně, tedy od června do září má stezka nejdelší otevírací dobu a to od 9:30 do 19 hodin, v říjnu se tato doba zkrátí od 10 do 18 hodin a od listopadu do března je otevřena dokonce pouze od 10 do 16 hodin, v období duben a květen se otevírací doba opět o něco prodlouží, konkrétně od 10 do 18 hodin. Vstupné na stezku se pohybuje u dospělého okolo 220,- Kč a rodinné vstupné okolo 560,- Kč, bohužel zde nelze uplatnit studentská sleva, ale pouze sleva pro děti do 14 let, pro osoby starší 65 let a pro držitele průkazu ZTP. Během procházky korunami stromů se můžete Vy i děti pobavit například v adrenalinovém zákoutí, nebo se vzdělat na edukační zastávce, nebo podzemní expozici. Dominantou stezky je však tobogán, kterým se za poplatek 50,- Kč můžete sklouznout z výšky korun stromů až úplně dolů na zem. (<http://www.stezkakrakonose.cz/>)

Pokud jste si během procházky korunami stromů dostatečně odpočinuli, nastal čas rozproudit trochu adrenalinu v krvi. Místem, které nejde tak o to navštívit jako spíš ho ve velkém stylu opustit, je Černá hora. Tato hora nacházející se nedaleko Janských Lázní ve výšce 1 299 m. n. m. nabízí možnost vyjet na vrchol pomocí lanovky, nebo pro ty více sportovně založené návštěvníky lze na vrchol vyjít pěšky. Pravý adrenalin ale nastává až na vrcholu, kde se v budově horní stanice kabinkové lanovky nachází půjčovna koloběžek SkiResort LIVE. Tuto sportovní koloběžku si můžete vypůjčit za poplatek 200,- Kč a sjet celou Černou horu až dolů k budově spodní stanice kabinové lanovky v Janských Lázních, kde koloběžku zase vrátíte. Ke koloběžce samozřejmě dostanete helmu pro Vaši bezpečnost a zároveň mají na výběr z různých velikostí koloběžek, takže tento zážitek s Vámi mohou absolvovat i děti. (<http://leto.skiresort.cz/pujcovny/kolobezky/>)

Může nastat situace, že v Krkonoších bude špatné počasí, i s touto možností tento návrh počítá. Proto je další adrenalinovou aktivitou indoorová, neboli vnitřní lezecká stěna. Těchto center s lezeckými stěnami naleznete v Krkonoších několik, ale zde bude zařazena stěna, která se nachází v prostorách Tyršova domu ve Vrchlabí. Vrchlabí se nachází na západ od Černé hory, kde se konala předcházející aktivita. Doba, kdy je tato lezecká stěna v provozu, je od října do dubna, a to většinou v úterý a ve čtvrtek od 17 do 20 hodin. Tato stěna se rozkládá na ploše 160 m² a ve výšce 8,25 m, celkem nabízí přibližně 50 cest a různé stupně obtížnosti. Samozřejmě si zde můžete veškeré lezecké vybavení vypůjčit a zároveň se zeptat na rady zkušených lezců. (<http://www.hkregion.cz/dr-cs/100912-lezecka-stena-tyrsuv-dum-vrchlabi.html>)

Krkonoše nabízejí překrásnou přírodu a nezapomenutelné výhledy, proto aktivitu, kterou byste rozhodně neměli vynechat je pořádný výšlap. A protože Sněžku zná každý, tak tento výšlap bude pro změnu na Studniční horu, která je v Krkonoších třetí nejvyšší. Někdy se můžete setkat i s označením Stříbrná hora a to proto, že pokud se k ní vydáte ve večerních hodinách za jasného svitu měsíce, všimnete si, že měsíc svítí na balvany této hory a ty pak vypadají jako postříbřené. Studniční hora je v Krkonoších považována za nejkrásnější horu, a proto není divu, že je stálým cílem fotografů. Tato hora leží severně mezi Špindlerovým Mlýnem a Pecí pod Sněžkou. Pokud se tedy vydáte na její vrchol ze Špindlerova mlýna tak cesta tam i zpět bude dlouhá přibližně 14,4 km, jestliže zvolíte cestu z Pece pod Sněžkou, cesta na vrchol a zpátky bude dlouhá 14,6 km. Obě tyto cesty Vám průměrnou chůzí zaberou přibližně 5 hodin. (<https://www.region-krkonose.cz/turisticke-zajimavosti/zajimava-mista/studnicni-hora/>)

Podle tohoto adrenalinového návrhu je poslední zastávkou, ne však méně zajímavou než ostatní, Lanové centrum PROUD. Toto centrum se nachází asi v nejzápadnějším městě v Krkonoších v Harrachově. Plocha, na které se tento areál rozkládá, je 5 500 m² a celý se nachází a je přizpůsobený přírodě, takže si svůj zážitek můžete užít a nic Vás u toho nebude rozptylovat. V tomto areálu na Vás čeká areál nízkých překážek, tréninková stěna, několik aktivit zvaných „problem solving,“ neboli řešení problému, 8 individuálních a 5 týmových vysokých překážek, které se nachází ve výšce od 4 do 11 metrů. A na závěr Krakonošova věž s vertikálními překážkami a plošinou ve výšce dokonce 12 metrů. Jako bonus se z této plošiny můžete dostat pomocí lanovky, která je dlouhá 80 metrů. V tomto centru je cílem odnést si odsud nezapomenutelné zážitky, dobrý pocit a pocit překonání sama sebe, který získáte nejenom v tomto centru, ale také zvládnutím všech adrenalinových zastávek v tomto inovativním návrhu pro aktivní strávení dovolené v Krkonoších. (<http://www.classicoutdoor.cz/cs/lanove-centrum/>)

1.18.2.3 Kalkulace nákladů na jednotlivé návrhy

V následující tabulce je zpracována jednoduchá kalkulace průměrných nákladů, které souvisí s prvním inovativním návrhem této práce. Tato kalkulace zahrnuje cestu do Pece pod Sněžkou, následný přejezd do Špindlerova mlýna a cestu ze Špindlerova Mlýna zpět do hlavního města Prahy, které slouží jako výchozí bod pro tuto kalkulaci. Dále zahrnuje přenocování, jednu noc v Peci pod Sněžkou a jednu noc ve Špindlerově Mlýně, tato kalkulace také počítá s průměrnou částkou za dvě hlavní jídla přes den, snídaně je součástí ubytování.

Tabulka 2.

Kalkulace průměrných nákladů na víkend v Krkonoších pro dvě osoby.		
Průměrná cena PHM*	30,5	Kč/l
Průměrná spotřeba osobního automobilu	7	l/100km
Průměrná cena za kilometr	2,135	Kč/km
Cesta Praha - Pec pod Sněžkou	182	km
Cesta Praha - Špindlerův Mlýn	144	km
Cesta Pec pod Sněžkou - Špindlerův Mlýn	48	km
Průměrná cena ubytování (1 noc) Pec pod Sněžkou	1 350	Kč
Průměrná cena ubytování (1 noc) Špindlerův Mlýn	1 400	Kč
Průměrná cena 1 porce jídla v restauraci	120	Kč

Cena za cestu Praha - Pec pod Sněžkou	389	Kč
Cena za cestu Pec pod Sněžkou - Špindlerův Mlýn	102	Kč
Cena za cestu Špindlerův Mlýn - Praha	307	Kč
Cena za cestu automobilem	798	Kč
Cena za ubytování	2 750	Kč
Cena za stravu	480	Kč
Cena celkem pro dvě osoby	4 028	Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

* průměrná cena PHM k 11. 03. 2018

Druhá tabulka souvisí s adrenalinovým návrhem v této práci. Jsou zde vypočítány průměrné náklady na celou tuto dovolenou v Krkonoších, rovněž pro dvě osoby. V kalkulaci jsou zahrnuty náklady na cestu, vstupy, přenocování, stravu a další možné výdaje. Tento návrh je tvořen přibližně na dobu 6 dnů v Krkonoších a snídaně jsou, stejně jako v předchozí kalkulaci, zahrnuty v ceně ubytování.

Tabulka 3.

Kalkulace průměrných nákladů na aktivně strávenou dovolenou v Krkonoších pro dvě osoby

Náklady na cestování

Průměrná spotřeba PHM*	8	l/100 km
Průměrná cena PHM	30,5	Kč/l
Průměrná cena za kilometr	2,44	Kč/l

Cesty

Praha - Žacléř	174	km
Žacléř - Janské Lázně	18,8	km
Janské Lázně - Vrchlabí	18,8	km
Vrchlabí - Špindlerův Mlýn	14,5	km
Špindlerův Mlýn - Harrachov	49,8	km
Harrachov - Praha	135	km

Celková délka cesty	411	km
----------------------------	-----	----

Ceny za jednotlivé cesty		
Praha - Žacléř	425 Kč	Kč
Žacléř - Janské Lázně	46 Kč	Kč
Janské Lázně - Vrchlabí	46 Kč	Kč
Vrchlabí - Špindlerův Mlýn	35 Kč	Kč
Špindlerův Mlýn - Harrachov	122 Kč	Kč
Harrachov - Praha	329 Kč	Kč
Celkem za cestu automobilem	1 003	Kč/ 2 os.
Ubytování		
Žacléř	1 100	Kč/noc
Janské Lázně (2 noci)	1 300	Kč/noc
Vrchlabí	1 250	Kč/noc
Špindlerův Mlýn	1 400	Kč/noc
Harrachov	1 000	Kč/noc
Celkem za ubytování	7 350	Kč/ 2 os.
Vstupy na aktivity		
Stezka korunami stromů + tobogán	270	Kč/os.
Koloběžky + lanovka na Černé hoře	300	Kč/os.
Lezecká stěna - Vrchlabí	50	Kč/os.
Vertical park - lanové centrum	500	Kč/os.
Celkem za vstupy	2 240	Kč/2 os.
Stravování		
Průměrná cena za porci	120	Kč
Předpokládaná doba výletu	6	dnů
Počet porcí za den na osobu	2	
Celková částka za stravování	2 880	Kč/ 2 os.
Celkové náklady pro dvě osoby	13 473	Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

* průměrná cena PHM k 11. 03. 2018

Z výsledků této kalkulace můžeme odvodit, že dovolená v Krkonoších na necelý týden není zrovna nejlevnější dovolená. Proto by se zde dalo dále pracovat s finančním rozpočtem a jeho rozdělením. Možnost, která by měla za následek snížení celkových nákladů, je například vlastní stravování, úplně by tvořilo velkou část snížení nákladů, nebo alespoň částečné vlastní stravování. A další možností je vybrat typ ubytování, který má nižší standardy, ale zároveň nižší cenu než zde uvedený průměr.

Výsledky

1.19 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo zpracováno pomocí stránky www.survio.cz, a jednalo se o anonymní dotazník. Možnost k jeho vyplnění byla od 20. února 2018 do 6. března 2018. Tato 14 denní lhůta byla zvolena z důvodu, prokazatelného faktu, že během prvních 14 dní dostupnosti dotazníku ho vyplní nejvíce respondentů. Během těchto 14 dnů vyplnilo dotazník celkem 78 respondentů. Podle statistiky dotazníku byla průměrná doba vyplňování u více jak poloviny respondentů okolo 2-5 minut, u necelé třetiny respondentů to bylo mezi 5-10 minutami. Všechny 78 respondentů navštívilo stránky dotazníku přes přímý odkaz. Překvapivým zjištěním bylo, že těchto 78 respondentů tvoří pouze 16% celkových návštěv dotazníku, z toho lze usoudit, že pro 84% návštěvníků nebylo toto téma zajímavé, či se chtěli pouze podívat, v jaké formě je dotazník zpracován, nebo například v Krkonoších nikdy nebyli, a proto pro ně vyplnění dotazníku postrádalo význam.

Na první otázku byla téměř jednostranná odpověď a to, že v Krkonoších nebydlí, ale již je navštívilo 98,7% dotazovaných, pouze jeden z respondentů žije trvale v Krkonoších.



(zdroj: vlastní zpracování)

U druhé otázky nebyly odpovědi tak jednostranné. Na otázku, jak často respondenti navštěvují Krkonoše, zvolilo odpověď zřídka kdy 57,7% dotazovaných, odpověď, že navštěvují sezónně, vybralo 32,1%, tedy během letní či zimní sezóny, a 10,3% dotazovaných odpovědělo, že Krkonoše navštěvují pravidelně.



(zdroj: vlastní zpracování)

Třetí otázka se týkala hlavního důvodu pro návštěvu Krkonoš. V této otázce nejvíce lidí zvolilo, že hlavním důvodem pro návštěvu Krkonoš byly sportovní zážitky, konkrétně takto odpovědělo 76,9%. U této otázky zvolilo 11,5% dotazovaných jinou možnost odpovědi, konkrétně se nejčastěji jednalo o turistiku, krásnou přírodu, dovolenou a pracovní důvody. Kulturní zážitek vybralo 6,4% a historické památky 3,8% dotazovaných.



(zdroj: vlastní zpracování)

Čtvrtá otázka se zaměřuje na výběr ubytovacího zařízení v dané destinaci. Nejvíce využívaný druh ubytování v Krkonoších jsou penziony, které jsou v Krkonoších také nejvíce zastoupeným ubytovacím zařízením. Možnost ubytování v penzionu volí 46,2% dotazovaných, 25,6% volí hotel a 19,2% lidí zvolilo jinou odpověď, zde je nejčastěji zmíněný například pronájem bytu, firemní chata, horská chata, ale také možnost, že zde tráví pouze kratší časové úseky bez ubytování. Možnost přenocování v kempu volí 2,6% a 6,4% využívají bydlení u rodiny či přátel.



(zdroj: vlastní zpracování)

Následující otázka velmi úzce navazovala na předchozí otázku. Tato otázka se taktéž týkala ubytovacích zařízení, ale z pohledu jejich vylepšení či rozšíření. Možnost, že by se v Krkonoších měli rozšířit penziony, by uvítalo 30,8% lidí, ačkoli jsou penziony zastoupeny v Krkonoších v poměrně hojném počtu. O několik procent méně, tedy 28,2% lidí zvolilo jinou odpověď, zde se nejčastěji objevovalo, že lidé nevědí, nebo nemají přehled o ubytovacích možnostech v Krkonoších, také se ukázalo, že někteří respondenti mají zájem o ochranu životního prostředí, a proto by žádné z ubytovacích zařízení nerozšiřovali. Rozšíření kempů by uvítalo 20,5% lidí, rozšíření hotelů 11,5% a motelů 9% dotazovaných.

Na otázku jak dlouhá bývá nejčastěji návštěva v Krkonoších odpovědělo 73,1%, že v Krkonoších stráví mezi 2 – 7 dny, 15,4% dotazovaných jezdí do Krkonoš pouze na necelý den bez přenocování, jeden den s přenocováním volí 6,4% a 5,1% zde stráví i více než jeden týden.

Sedmá otázka byla bez možností výběru, respondenti zde odpovídali jedním slovem jaká věc, místo či zážitek se jim vybaví při slově Krkonoše. Na tuto otázku bylo velké

spektrum odpovědí. Nejčastější odpovědí byla Sněžka, dále hory, lyžování, příroda, pramen Labe, ale také Krakonoš, stezka korunami stromů a dovolená v Krkonoších.

Otázka, jaký druh stravovacího zařízení nejčastěji návštěvníci využívají v Krkonoších, měla nejčastější odpověď, se 70,5% restaurace. Bufet volilo 12,8% lidí, hostinec 10,3% a bistro a pizzerie měli po 1,3%. Jinou odpověď volila 3,8% lidí a tito lidé volili nejčastěji vlastní jídlo, či vaření v místě ubytování.



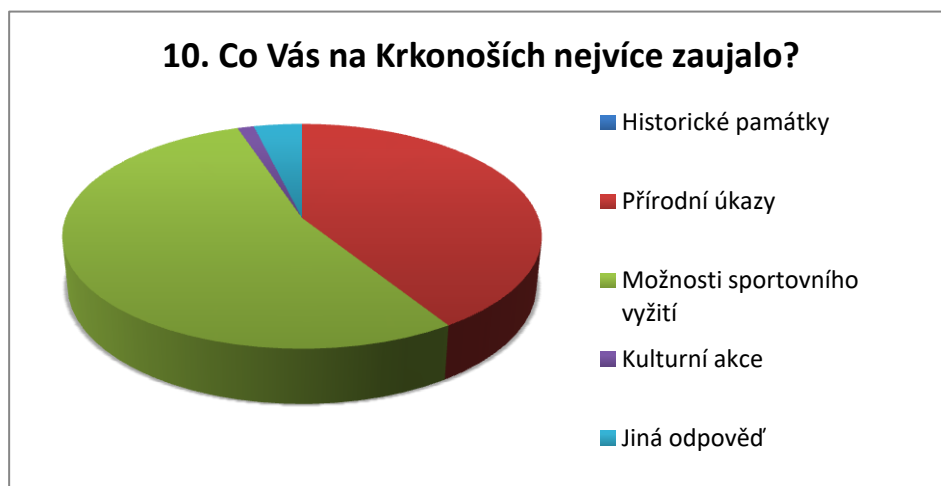
(zdroj: vlastní zpracování)

Naopak velmi různorodé jsou názory na otázku číslo devět. Tato otázka navazuje na předcházející otázku, tentokrát však co se týká dostupnosti a úrovně stravovacích zařízení v Krkonoších. Názor, že by se zde měli rozšířit, nebo zlepšit kvalitu restaurace má 16,7% z dotazovaných, hostince volilo 14,1%, bufety mají 16,7%, bistra 17,9%, pizzerie 15,4% a jinou odpověď volilo 19,2%, těchto necelých dvacet procent respondentů postrádá v Krkonoších například skibary, kebab, fitness nabídku jídel, steakhouse, nebo pouze nemají přehled, a proto nemohou posoudit, co v dané destinaci chybí, nebo co by se dalo vylepšit.



(zdroj: vlastní zpracování)

Co Vás na Krkonoších nejvíce zaujalo? Tak na tuto otázku bylo v 53,8% sportovní vyžití, 41% nejvíce zaujaly přírodní úkazy, 3,8% zvolilo jinou odpověď, kde se nejčastěji objevily hory a počasí a 1,3% vybraly kulturní akce například výstavy, festivaly, nebo muzea.



(zdroj: vlastní zpracování)

V možnosti ohodnotit destinaci Krkonoše pomocí pěti-hvězdičkové škály získaly Krkonoše celkové hodnocení 4,2 hvězdiček. Všechny pět hvězdiček dalo této destinaci 38,5% dotázaných a čtyři hvězdičky obdržely Krkonoše od 50% dotázaných.

Následující otázka se týkala atraktivity Krkonoš a toho zda dokázaly tyto české hory zaujmout své návštěvníky natolik, aby se rozhodli v budoucnu do této destinace vrátit. Možnost, že se rozhodně návštěvník do Krkonoš vrátí, zvolilo 57,7% dotázaných, 34,6% vybralo, že se pravděpodobně do Krkonoš v budoucnu ještě podívají a pouhých 7,7% přiznalo, že ještě nevědí.

Samozřejmě i Krkonoše se snaží jít s trendem a proto jsme se respondentů zeptali, zda je v Krkonoších něco, co zde postrádají při využívání jejich volného času. V možnostech zde byla například zoologická zahrada, kterou by v Krkonoších uvítalo 11,7% dotázaných, 18,2% by zde využilo zážitkový part, 13% respondentů je pro zbudování dalších lezeckých center, 16,9% lidí by obecně volilo více sportovních možností, 2,6% zde postrádají zábavné programy pro malé děti a 37,7% zvolilo jinou odpověď, kterou nejčastěji bylo, že lidé jezdí do této destinace za přírodou a proto by zde žádné další atrakce nechtěli, aby se zabránilo škodám na přírodním bohatství Krkonoš. Mimo jiné se zde objevil i návrh v podobě aquaparku, koupaliště či bazénu.



(zdroj: vlastní zpracování)

Na otázku zda si návštěvníci myslí, že je v této destinaci nějaká věková skupina, která je zde znevýhodněna odpovědělo 75,6% respondentů, že v této destinaci žádné znevýhodnění nějaké věkové skupiny nevidí. To že jsou zde znevýhodněné děti do 6 let si myslí 6,4% lidí, že zde znevýhodněnými jsou děti mezi 7 – 14 lety si myslí 2,6%, podle 2,6% jsou zde v nevýhodě lidé mezi 46 – 60 lety a 9% si myslí, že nevýhodu mají lidé starších 61 let.

Pokud se podíváme na roční období, ve kterém navštěvuje Krkonoše nejvíce z respondentů, jedná se určitě o zimní roční období, které zvolilo 60,3% lidí. Na jaře navštěvuje Krkonoše 3,8%, v létě je to 30,8% a na podzim 5,1% dotazovaných.

Při otázce, který dopravní prostředek lidé nejvíce využívají pro dopravení se do Krkonoš je na prvním místě s 87,2% doprava vlastním automobilem, na druhém místě s 9% je cestování autobusem a 2,6% volí nejčastěji cestu vlakem. Přibližně 1,3% dotazovaných zvolilo jinou odpověď, ve které se jedná o kombinace těchto výše zmíněných dopravních prostředků.

V následující otázce číslo sedmnáct, měli respondenti ohodnotit jejich spokojenost s konkrétními možnostmi cestovního ruchu v dané destinaci, hodnotící škála měla pět stupňů a hodnotilo se tak, že 1 znamenala, že je respondent s touto možností velmi spokojený a 5 naopak znamenala, že respondent je nespokojený. Vyhodnocení těchto otázek naleznete v následující tabulce.

Tabulka 4: Vyhodnocení otázek

	1	2	3	4	5
Možnosti ubytování	17	27	16	14	4
Možnosti stravování	16	32	17	11	2
Přírodní atraktivita prostředí	45	11	3	6	13
Přírodní aktivity	41	14	8	6	9
Historické aktivity	9	26	27	15	1
Kulturně-společenské aktivity	5	21	39	11	2
Možnosti sportovního využití	38	15	8	8	9
Úroveň a dostupnost informací	26	24	17	7	4
Úroveň zprostředkovatelských služeb	6	28	32	9	3
Úroveň místních cen	4	17	38	15	4
Dopravní infrastruktura	5	27	32	13	1
Pocit bezpečí	29	23	8	8	10

(zdroj: vlastní zpracování)

Tento dotazník vyplnilo 78 respondentů z toho 54 žen a 24 mužů. Respondenty byly zastoupeny všechny věkové kategorie a to v následovném rozdělení. Nejvíce, tedy 70,5% dotazovaných, patřilo do věkové skupiny 21 – 35 let, druhou nejvíce zastoupenou věkovou skupinou byli s 12,8% lidé ve věku 46 – 60 let, 6,4% dotazovaných bylo mladších 20 let, naopak, 2,6% bylo starších 61 let a 7,7% lidí zastupovalo věkovou skupinu 36 – 45 let. Největší procento dotazovaných osob, přesněji 61,5%, byli lidé s ekonomickým statutem student, druhou nejvíce zastoupenou ekonomickou skupinou byli zaměstnaní lidé 34,6% a skupiny seniorů, OSVČ a lidí na mateřské či rodičovské dovolené bylo po 1,3%. Při rozboru respondentů bylo zjištěno, že nejvíce jich má trvalé bydliště ve Středočeském kraji 41%, dále v hlavním městě Praze 28,2%, 7,7% z Pardubického a stejné množství i z Jihočeského kraje, 3,8% z Jihomoravského a také i z Ústeckého kraje, kraj Vysočina a Královéhradecký kraj byly zastoupeny každý 2,6% respondentů a jeden z respondentů měl trvalé bydliště v Plzeňském kraji.

Závěr

Tato bakalářská práce měla za cíl vyhodnocení služeb cestovního ruchu v Krkonoších. Kromě této analýzy bylo jejím dalším cílem navrhnout inovativní řešení pro podporu a rozvoj návštěvnosti cestovního ruchu v dané destinaci.

V úvodu této práce byl podrobně popsán cíl a metodika, kterou byla tato práce zpracována, a která sloužila jako záchytný bod pro možné odklonění se od tématu.

Teoretická část sloužila k celkovému přiblížení a vysvětlení pojmu cestovního ruchu. Byl zde zachycen historický vývoj cestovního ruchu a jeho nejdůležitější milníky. Dále zde bylo vysvětleno co, nebo kdo je subjektem, objektem a předmětem cestovního ruchu. Cestovní ruch zde byl rozdělen podle typů, do těch známých až po ty, méně obvyklé formy turismu. Pojem statistický monitoring je zde vysvětlen a podrobněji popsán a rozdělen z pohledu mezinárodního kontextu a z pohledu českého statistického úřadu. Nepostradatelnou kapitolou teoretické části je turismus v ekonomice a jeho teoretické vymezení do nabídkového a poptávkového přístupu. Dále jsou zde zmíněny a vysvětleny kapitoly týkající se trhu dle ekonomické teorie a možnosti vymezení trhu cestovního ruchu. Velmi důležitou a poměrně obsáhlou kapitolou byly faktory ovlivňující trh turismu, kam spadají politické, bezpečnostní, ekonomické, demografické, ale i technicko-technologické, sociální a ekologické faktory. I v cestovním ruchu existuje konkurenceschopnost, které zde rovněž byla věnována kapitola, stejně jako vysvětlení pojmu destinace, turismus v Evropě a poslední kapitola teoretické části se zaměřila na aktuální problémy mezinárodního cestovního ruchu.

V praktické části byla většina těchto kapitol popsána a představena na konkrétní destinaci, tedy na Krkonoších. Zabývali jsme se zde umístěním a postavením Krkonoš v národním turismu, dále zde byly přiblíženy lokalizační faktory, mezi které spadá například přírodní a společenský charakter destinace. Selektivní faktory, které zahrnují ekonomické, demografické a ekologické faktory ovlivňující místní cestovní ruch. Realizační faktory, do kterých spadá vybavenost cestovního ruchu v podobě ubytovacích zařízení, stravovacích zařízení, sportovních zařízení a dopravní infrastruktury. Sportovní zařízení zde byly dále rozděleny do čtyř kategorií a to zimní sezóna, turistika, lezecký sport a cykloturistika. Dále zde, pro větší provázanost teoretické a praktické části, byly typy turismu demonstrovány na konkrétních příkladech dané destinace.

Závět této práce zahrnoval vytvoření dvou inovativních návrhů na možnosti trávení volného času v Krkonoších a jednoduchou kalkulaci, první z těchto návrhů byl vytvořen s ohledem na všechny sociální skupiny, tedy s ohledem na věk, pohlaví a ekonomickou aktivitu a tento návrh je tedy vhodný pro všechny, bez rozdílu. Druhý návrh je naopak zaměřený na aktivní, akční a sportovně založené osoby, které by rády v našich nejvyšších a nejnavštěvovanějších horách zažily více adrenalinu.

Součástí této práce bylo vypracování dotazníkového šetření, které vzniklo a sloužilo pro zhodnocení destinace Krkonoš, ne pouze z pohledu autora této práce, ale také pro vyhodnocení z pohledu Krkonošských návštěvníků. Otázky do tohoto dotazníku vznikaly v souvislosti s návštěvností, oblíbeností, spokojeností s nabízenými službami a možnostmi v Krkonoších a dalšími v dotazníku zmíněnými faktory cestovního ruchu v této destinaci.

Seznam použitých zdrojů

1.20 Literární zdroje

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-x.

Krkonoše. Vizovice: SHOCart, 2009. Výlety na kole. ISBN 978-80-7224-644-1.

LOUDA, Jiří. *Lidová architektura Krkonoš*. Vrchlabí: Správa Krkonošského národního parku, c2006. ISBN 80-86418-53-7.

Obrázek 1. – Strana 20, PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

Tabulka 1. – Strana 117, PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn*,

evropská integrace a mezinárodní turismus. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

Výtah z Integrované strategie rozvoje regionu Krkonoše, zpracovatel: SPF Group v.o.c., srpen 2012).

1.21 Internetové zdroje

Krkonoše | informace o regionu. *HOTELY.cz, penziony – ubytování v České republice* [online]. Copyright © 2018 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.hotely.cz/krkonose/region/>

Podnebí | Správa Krkonošského národního parku. *Správa Krkonošského národního parku | Správa KRNAP* [online], [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.krnap.cz/podnebi/>

Fauna Krkonoš | Správa Krkonošského národního parku. *Správa Krkonošského národního parku | Správa KRNAP* [online], [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.krnap.cz/fauna/>

Flóra a vegetace | Správa Krkonošského národního parku. *Správa Krkonošského národního parku | Správa KRNAP* [online], [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.krnap.cz/flora-a-vegetace/>

Přírodní zajímavosti Krkonoš, [visitkrkonose.cz](http://www.visitkrkonose.cz). *Krkonoše, visitkrkonose.cz* [online]. Copyright © 2008 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.visitkrkonose.cz/cz/prirodni-zajimavosti-krkonos/23/>

Důl Kovárna – Sněžka, Krkonoše. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/turisticke-zajimavosti/pamatky/dul-kovarna/>

Dělostřelecká tvrz Stachelberg – Trutnov – Ráj pro historiky. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/pamatky/delostrelecka-tvrz-stachelberg/>

Labská přehrada – Špindlerův mlýn. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/pamatky/labska-prehrada/>

Harrachovská hrobka sv. Kříže – Jilemnice. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/pamatky/harrachovska-hrobka-sv-krize/>

Zvědavá ulička – Jilemnice. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 18. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/pamatky/zvedava-ulicka-jilemnice/>

Ledová jízda • memoriál Dr. Václava Vojtěcha. *Ledová jízda • memoriál Dr. Václava Vojtěcha* [online]. [cit. 19. 02. 2018] Dostupné z: <http://www.ledovajizda.cz/>

Jilemnická 50. [online], [cit. 19. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.skijilemnice.cz/web/jilem-50>

Rock Point – Horská výzva! *Rock Point - Horská výzva!*[online]. Copyright © 2013 [cit. 19. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.horskavyzva.cz/>

Úvod | Krkonošské pivní slavnosti. *Úvod | Krkonošské pivní slavnosti* [online], [cit. 19. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.krkonoskepivnislavnosti.cz/>

Krkonoše v datech. *Krkonoše - naše nejvyšší hory* [online]. Copyright © vejacv.albums.cz [cit. 19. 02. 2018]. Dostupné z: <http://vejacv.albums.cz/krkonosky-narodni-p/krkonose-v-datech.html>

Místopisný průvodce po České republice – přehledný seznam obcí České republiky. *Místopisný průvodce po České republice - přehledný seznam obcí České republiky*[online]. [cit. 19. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/>

Hory – Krkonoše.cz - *Hory-Krkonoše.cz – akce a události* [online] [cit. 22. 2. 2018]. Dostupné z: <http://www.hory-krkonose.cz/udalosti/>

Cestovní ruch – časové řady | ČSÚ. *Český statistický úřad | ČSÚ*[online]. [cit. 22. 02. 2018]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

Restaurace Krkonoše | Restu.cz. *Největší online průvodce po restauracích | Restu.cz* [online] Copyright © 2018 RESTU s.r.o. [cit. 26. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.restu.cz/krkonose/>

Lyžařské areály Krkonoše – to pravé lyžování. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších. Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 28. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/>

Www.ergis.cz [online]. Lánov: Mediapool, 2008 [cit. 28. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.ergis.cz/krkonose/>

Autobusová doprava – BusLine a.s. | *Autobusová doprava – Busline a.s.* [online] Copyright ©2013 [cit. 28. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.busline.cz/>

Restaurace: Najít recenze restaurace – TripAdvisor | *TripAdvisor: Přečtěte si recenze, porovnejte ceny a rezervujte* [online] [cit. 6. 3. 2018]. Copyright © 2018 TripAdvisor LLC Všechna práva vyhrazena. Dostupné z: <https://www.tripadvisor.cz/Restaurants>

Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| *Filmová místa.cz Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace | Filmová místa.cz* [online] [cit. 6. 3. 2018]. Dostupné z: <https://filmovamista.cz/>

Stezka korunami stromů Krkonoše. *Stezka korunami stromů Krkonoše* [online]. Copyright © Stezka korunami stromů Krkonoše [cit. 07. 03. 2018]. Dostupné z: <http://www.stezkakerkonose.cz/>

Koloběžky – skiResort ČERNÁ HORA – PEC. *SkiResort - zábava pro celou rodinu - skiResort ČERNÁ HORA – PEC* [online]. Copyright © 2018 SkiResort [cit. 07. 03. 2018]. Dostupné z: <http://leto.skiresort.cz/pujcovny/kolobezky/>

Lezecká stěna Tyršův dům, Vrchlabí – Horolezectví – Krkonoše – Vrchlabí. *Královéhradecký kraj - turistický portál* [online]. Copyright © [cit. 07. 03. 2018]. Dostupné z: <http://www.hkregion.cz/dr-cs/100912-lezecka-stena-tyrsuv-dum-vrchlabi.html>

Studniční hora – Pec pod Sněžkou, Krkonoše. *Region Krkonoše – Ubytování | Výlety | Zážitky v Krkonoších* [online]. Copyright © 2008 [cit. 07. 03. 2018]. Dostupné z: <https://www.region-krkonose.cz/turisticke-zajimavosti/zajimava-mista/studnicni-hora/>

Lanové centrum | Centrum outdoorových aktivit Harrachov. [online]. Copyright © 2015 Classic Outdoor [cit. 07. 03. 2018]. Dostupné z: <http://www.classicoutdoor.cz/cs/lanove-centrum/>

Přílohy

1. Celé znění dotazníku:

Dobrý den,
jsem studentkou Provozně ekonomické fakulty České zemědělské univerzity a tímto bych Vás chtěla požádat o vyplnění tohoto dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce na téma vyhodnocení služeb v cestovním ruchu ve vybrané destinaci České republiky. Má za cíl prozkoumat a vyhodnotit služby cestovního ruchu v Krkonoších.

- 1) Žijete v Krkonoších, nebo jste je někdy navštívil/a?
 - Ano, žiji v Krkonoších
 - Nežiji v Krkonoších, ale již jsem je v minulosti navštívil/a
 - Nežiji v Krkonoších a dodnes jsem je nenavštívil/a

- 2) Jak často navštěvujete Krkonoše?
 - Pravidelně
 - Zřídka kdy
 - Sezónně (letní/zimní sezóna)
 - Nikdy

- 3) Jaký byl Váš hlavní důvod pro návštěvu Krkonoš?
 - Historické památky
 - Kulturní zážitek
 - Sportovní zážitek
 - Služební záležitosti
 - Návštěva příbuzných/známých
 - Jiná odpověď

- 4) Jaký byl nejčastější typ ubytování, který jste pro své návštěvy Krkonoš využil/a?
 - Hotel
 - Motel
 - Penzion
 - Kemp
 - U rodiny/přátel
 - Jiná odpověď.....

- 5) Je zde druh ubytování, který by se podle Vás dal v této dané destinaci zlepšit či rozšířit?
 - Hotely
 - Motely
 - Penziony

- Kempy
 - Jiná odpověď.....
- 6) Jak dlouhá bývá nejčastěji Vaše návštěva v Krkonoších?
- Necelý den (bez přenocování)
 - Jeden den (s přenocováním)
 - 2 – 7 dnů
 - Více než týden
- 7) Jaká věc, místo či například zážitek se Vám vybaví při slově Krkonoše?
- (vlastní odpověď)
- 8) Jaký druh stravovacího zařízení jste při návštěvě Krkonoš nejčastěji využil/a?
- Restaurace
 - Hostinec
 - Bufet
 - Bistro
 - Pizzerie
 - Jiná odpověď.....
- 9) Jaký druh stravovacích zařízení by sedal podle Vás v Krkonoších zlepšit či rozšířit?
- Restaurace
 - Hostinec
 - Bufet
 - Bistro
 - Pizzerie
 - Jiná odpověď.....
- 10) Co Vás na Krkonoších nejvíce zaujalo?
- Historické památky
 - Přírodní úkazy
 - Možnosti sportovního vyžití (cyklistika, turistika, lezení, lyžování atd.)
 - Kulturní akce (výstavy, festivaly, muzea)
 - Jiná odpověď
- 11) Jak byste ohodnotili dojem, který ve Vás návštěva Krkonoš zanechala?
- Velmi dobrý
 - Spíše dobrý
 - Neutrální
 - Spíše špatný
 - Špatný

12) Zaujaly Vás Krkonoše natolik, abyste se je znovu rozhodl/a navštívit?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Rozhodně ne

13) Jsou nějaké možnosti, které v Krkonoších postrádáte?

- Zoologická zahrada
- Zážitkové parky
- Lezecká centra
- Více sportovních možností (více cyklostezek, sjezdovek, turistických tras)
- Zábavné programy pro malé děti
- Jiná odpověď.....

14) Myslíte si, že je některá věková skupina v této destinaci znevýhodněna nedostatkem zážitkového, kulturního či historického vyžití?

- Ano, děti do 6 let
- Ano, děti 7 – 14 let
- Ano, lidé 15 – 30 let
- Ano, lidé 31 – 45 let
- Ano, lidé 46 – 60 let
- Ano, lidé 61 a více let
- Nemyslím si

15) V jakém ročním období nejčastěji navštěvujete Krkonoše?

- Jaro
- Léto
- Podzim
- Zima

16) Jaký dopravní prostředek nejčastěji využíváte pro cestu do Krkonoš?

- Bus
- Vlák
- Auto
- Taxi
- Jiná odpověď.....

17) U následujících otázek prosím o hodnocení spokojenosti. Hodnotící škála je od 1 do 5, kdy 1 je velmi spokojený/á a 5 nespokojený/á.

- Možnosti ubytování pro všechny segmenty cestovního ruchu

- Možnosti stravování pro všechny segmenty cestovního ruchu
- Přírodní atraktivita prostředí
- Přírodní aktivity
- Historické aktivity
- Kulturně-spoločenské aktivity (slavnosti, festivaly, výstavy)
- Možnosti sportovního vyžití
- Úroveň a dostupnost informací (informační centra)
- Úroveň zprostředkovatelských služeb (Cestovní agentury, Cestovní kanceláře)
- Úroveň místních cen
- Pocit bezpečí
- Dopravní infrastruktura

18) Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž
- Žena

19) V jaké věkové skupině se nacházíte?

- do 20 let
- 21 – 35 let
- 36 – 45 let
- 46 – 60 let
- 61 a více let

20) Jaká je Vaše aktuální ekonomická aktivita?

- student
- nezaměstnaný
- mateřská/rodičovská dovolená
- OSVČ
- zaměstnaný
- senior

21) Místo Vašeho trvalého bydliště?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj

- kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Zlínský kraj

Moc děkuji za vyplnění mého dotazníku
Přeji hezký den